

On ne réussit pas par Décret

Mémoire réalisé par
Laurent De Cooman

Promoteur
Frédéric Moens

Lecteur
Sarah Croché
Année académique 2017-2018
Master 120 en Administration publique

Remerciements

Je tiens à remercier les personnes qui m'ont aidé et soutenu dans la réalisation de ce travail.

Il s'agit d'abord de tous les enseignants enthousiastes et engagés que nous avons rencontrés au cours de notre *cursus* universitaire.

Mes remerciements vont également à mon employeur, l'Institut de formation en alternance pour les petites et moyennes entreprises qui m'a permis de suivre ce master universitaire en aménageant mon temps de travail ainsi que nombre de mes collègues qui m'ont encouragé., un merci particulier aux collègues de la direction de la formation.

Enfin, je remercie ma famille, pour son indulgence et son soutien de chaque instant.

Table des matières

Introduction	1
Partie théorique	3
Le cadre contextuel.....	3
La formation professionnelle continue en Région wallonne	3
La formation continuée en gestion.....	3
L'esprit d'entreprendre par la formation.....	4
La contextualisation de la recherche	5
Problématique et question de recherche.....	5
Hypothèse de recherche	6
Question de recherche	7
Le cadre théorique.....	7
Sociologie des organisations	7
Bureaucratie	7
Théorie Bourdieusienne	8
La logique d'action	9
De la justice.....	10
De la justification.....	10
Analyse de la littérature sur l'esprit d'entreprendre par la justification	14
Identité des acteurs.....	14
Les discours économiques et la dynamique entrepreneuriale.....	15
Les dynamiques sociologiques par les logiques d'action	16
La pédagogie et les savoirs	17
Partie empirique	21
Procédure de recherche.....	21
Analyse sur les tâches du référentiel.....	22
Questionnaire.....	26
Le choix d'une enquête par questionnaire	27
Mise en œuvre du questionnaire	28
Questionnaire en ligne (annexe 2)	30

Caractéristiques et dimensions.....	31
Analyse du questionnaire par la justification.....	33
Présentation des résultats de l'enquête par questionnaire	40
Méthode d'analyse des données	40
Résultat du questionnaire.....	41
Caractéristiques socio-démographiques.....	41
Profil socio-économique	42
Présentation des résultats par dimensions	44
Motivation.....	45
Motivations/pouvoir-contrôle	45
Motivations/défi-ambition	46
Motivations/autonomie-liberté.....	46
Total général des motivations	47
Aptitudes	47
Aptitudes/persévérance-détermination.....	47
Aptitudes/tolérance au stress & à l'incertitude & intuition-flair.....	48
Aptitudes/créativité-imagination.....	48
Total aptitudes.....	49
Attitudes	49
Attitudes/destin-effort & risque-initiative.....	49
Attitudes/actions-temps & succès-échec.....	50
Total attitudes.....	50
Conclusion des résultats du questionnaire.....	51
Conclusion générale	52
Le référentiel.....	52
Le questionnaire	53
Résultats.....	53
Génération Y.....	55
Bibliographie.....	57

Introduction

La genèse de ce mémoire, comme c'est souvent le cas prend sa source dans l'environnement professionnel de l'étudiant.

Nous nous sommes naturellement dirigés vers notre domaine d'activité, c'est-à-dire l'accompagnement d'adultes dans la formation continue en Région wallonne.

Notre question de départ rencontrait un grand champ d'activité au sein de la Région wallonne à savoir : *l'esprit d'entreprendre*.

Après une recherche succincte sur le sujet nous avons remarqué que la sociologie ne s'est que tardivement intéressée aux thématiques liées à l'entrepreneuriat et qu'il était intéressant d'essayer d'aller plus loin.

A l'Institut de formation en alternance pour les petites et moyennes entreprises (Ifapme), il y a un référentiel « connaissance de gestion de base » qui permet d'accompagner et de former à l'autocréation d'emploi et à la création d'entreprise.

Dans le département « axe : créer son activité » un outil est disponible, un questionnaire : « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? », ce matériau nous a servi afin d'explorer le thème que nous avons choisi. Il a permis de faire une analyse quantitative et qualitative sur le sujet de l'esprit d'entreprise auprès des auditeurs de la formation accélérée à la gestion (FAG).

Le questionnaire utilisé dans cette recherche permet de sensibiliser et donc d'apprécier les caractéristiques de l'auditeur de la FAG dans une dynamique de développement de projet.

Nous pouvions donc obtenir des résultats dans une démarche expérimentale et mesurer dans le temps ce que vit l'auditeur pendant la durée de sa formation, ce qui nous a permis de fixer notre question de recherche.

Il sera donc demandé sur base volontaire, aux auditeurs (FAG) rentrant en formation (1ère phase) et lors de la fin des cours avant les évaluations (2ème phase) de compléter le questionnaire en ligne « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? »

Nous avons besoin d'une théorie pour appuyer notre hypothèse. Nous avons choisi la théorie des conventions de Luc Boltanski et Laurent Thévenot (1991).

Après avoir défini notre cadre théorique, nous avons analysé nos deux matériaux par la « justification » et « la dimension » pour le référentiel de formation et pour le questionnaire avec les résultats obtenus lors d'une session de la FAG.

Cette étude empirique permettra de considérer à la fois le contexte et le processus. Elle a été réalisée en deux temps, dans une première phase, la loi, l'environnement institutionnel, le positionnement et le rôle des acteurs qui ont été étudiés à partir du référentiel. La seconde phase, centrée sur le processus de la motivation, l'aptitude et de l'attitude en utilisant la théorie des conventions sur base de données collectées par questionnaire.

Nous avons mesuré les caractéristiques suivantes : aptitudes individuelles, la capacité d'entreprendre, l'expérience, le niveau d'éducation, le désir d'indépendance, l'environnement, l'âge ou encore le goût du risque. Elles apparaissent comme autant d'éléments déclencheurs dans le processus de créer une entreprise.

La dernière partie rencontre le volet quantitatif de notre travail et permet de tirer les conclusions de notre mémoire.

Partie théorique

Le cadre contextuel

En vue de cerner la problématique de ce mémoire ainsi que la préparation de notre question de recherche, nous avons opté de débiter notre partie théorique par la formation professionnelle continue en Région wallonne, en deuxième lieu par la formation continuée en gestion et nous terminerons avec l'approche de l'esprit d'entreprendre par la formation.

La formation professionnelle continue en Région wallonne

En 1999, sous le titre « Contrat d'avenir pour la Wallonie », le gouvernement wallon a mis en place une politique publique dans le cadre de la formation tout au long de la vie. Ce vaste programme avait pour lignes directrices, l'augmentation et la création d'emploi par l'employabilité, la qualification de la main-d'œuvre dans une optique d'adaptation et de mobilité professionnelle et un parcours d'insertion par l'accès pour tous à une formation de qualité. Cette politique publique se doit d'être un équilibre entre l'emploi et la formation professionnelle en Région wallonne et elle trouve son ancrage dans la stratégie européenne dite de « Lisbonne » (Guyot *et al*, 2005, pp.153-157).

Cette politique publique a été renforcée dans le contrat d'avenir actualisé (2005) et les plans « Marshall » successifs. Elle reste toujours d'actualité et est confirmée par la déclaration de politique régionale de 2017 du Gouvernement en fonction (pp.7-8).

La formation continuée en gestion

L'IFAPME, Institut de formation en alternance pour les petites et moyennes entreprises, opérateur public wallon, rencontre cette politique publique et s'occupe de l'esprit d'entreprendre en Région wallonne par un référentiel dédié à la formation accélérée à la gestion (ci-dessous FAG).

D'une durée de minimum de trois mois, la FAG permet à toute personne désireuse de devenir indépendante ou de créer son activité, d'obtenir rapidement un certificat de connaissances de base en gestion. La délivrance de ce certificat s'inscrit dans le cadre des lois d'accès à la profession.

L'esprit d'entreprendre par la formation

L'esprit d'entreprendre est une politique publique qui rentre dans l'accompagnement à la création d'entreprise.

Dès 2003, l'Union européenne a publié un *Livre vert* sur « L'esprit d'entreprise en Europe » afin d'inciter les politiques publiques des Etats membres en faveur de l'entrepreneuriat et de l'esprit d'entreprise. Dans le *Livre vert*, on peut lire la définition suivante : «L'esprit d'entreprise désigne un état d'esprit ainsi que le processus de création et de développement de l'activité économique par la combinaison de la prise de risque, de la créativité et/ou de l'innovation et d'une saine gestion, dans une organisation nouvelle ou existante.» (Commission européenne, 2003, p.6).

Cette politique publique a comme incitation l'Europe par sa mesure 1.1.4. : Economie 2020 : « Accompagnement et soutien à l'entrepreneuriat » que l'on retrouve dans : La stratégie wallonne pour une croissance intelligente durable et inclusive en partenariat avec l'Union européenne. Complément de programmation FEDER – Programmation 2014 – 2020 Version approuvée par le Gouvernement wallon le 13 juillet 2017 (pp.39-40).

Depuis le « Contrat d'avenir pour la Wallonie » de février 2000, la Région wallonne s'inscrit dans cette politique publique par l'instauration d'une Commission en matière d'entrepreneuriat.

L'Ifapme est l'opérateur agréé en Région wallonne dans le cadre de cette programmation européenne. L'Institut élabore des référentiels qui s'inscrivent par la logique SFMQ. Le SFMQ est le Service francophone des métiers et des qualifications.

« Les objectifs du SFMQ sont de réaliser d'une part des profils métiers qui traduisent la réalité économique, d'autre part des profils formations articulés aux profils métiers et donc renforcer ainsi les liens avec le monde du travail. » (Ifapme, 2017, pp.6-7).

La contextualisation de la recherche

L'objet d'étude aura pour base de travail, le référentiel (2017, p.7), repris en annexe, « Connaissance de gestion de base » dispensé dans le réseau Ifapme qui répond aux prescrits de l'article 6 de l'Arrêté royal du 21 octobre 1998 portant exécution du chapitre 1er du Titre II de la loi-programme du 10 février 1998 pour la promotion de l'entreprise indépendante (1998).

Ce référentiel permet d'accompagner et de former les auditeurs de l'Ifapme à l'autocréation d'emploi et à la création d'entreprise.

Dans le référentiel (2017, p. 73), l'unité d'acquis d'apprentissage (UAA) certifiée de l'esprit d'entreprendre se compose de :

- analyse de sa capacité personnelle d'entreprendre,
- le créneau d'activité professionnelle et les institutions professionnelles spécifiques,
- le marché et l'environnement commercial et pertinence de ces outils dans la définition du projet,
- les frais nécessaires au démarrage et à l'accomplissement de son activité.

Problématique et question de recherche

Maintenant que nous avons précisé le contexte de la formation en gestion et de l'esprit d'entreprendre en Région wallonne, nous allons nous attarder sur l'élaboration de notre question de recherche.

Nous avons suivi la démarche proposée par Quivy & Van Campenhoudt, (2011, pp.23-37).

Nous avons fixé notre thématique de base à savoir « l'esprit d'entreprendre » en Région wallonne. Ce qui nous a permis d'élaborer les deux questions de départ suivantes :

- Qu'est-ce que l'esprit d'entreprendre en Région wallonne ?
- Comment évaluer la politique publique de « l'esprit d'entreprendre » en Région wallonne ?

En partant de notre revue de littérature déposée avec notre projet de mémoire, nous nous sommes posé la question de la pertinence et du réalisme à cerner un sujet aussi vaste, de faire

l'inventaire des ressources disponibles en matière de personnes, de temps, de techniques et de matériels.

Nous devons aussi ne pas biaiser la conclusion de notre recherche par la situation professionnelle que nous occupons à l'Ifapme. Pour cela, nous devons imaginer une question qui pourrait apporter de la prospective afin de mieux expliquer le phénomène étudié et pas seulement de l'exposer.

Hypothèse de recherche

Le référentiel (Ifapme, 2017, p.42) de gestion de base, l'U.A.A « Esprit d'entreprendre et compétences entrepreneuriales » développe les motivations, qualités, attitudes d'un créateur d'entreprise. Le référentiel nous informe de l'existence d'un outil en ligne par questionnaire « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? », <http://www.ifapme.be/profil-entrepreneur.html> (p.73).

Sur le lien internet précité, on peut lire : « L'Ifapme a mis au point un questionnaire permettant d'évaluer votre profil d'entrepreneur... De nombreux facteurs entrent en ligne de compte pour donner les meilleures chances à votre projet d'entreprise : votre âge, votre situation personnelle, le moment de votre parcours, vos moyens financiers,... ». « Ce test s'articule autour de 3 thématiques : vos motivations, vos aptitudes et vos attitudes. Les résultats permettront de déceler si ces caractéristiques sont présentes chez vous. » (Annexe 2)

Sur base de ce questionnaire, nous nous sommes posé la question de la pertinence de soumettre le questionnaire aux auditeurs de la FAG qui entament leur formation. « Cette enquête permettra-t-elle de mesurer leurs motivations, aptitudes et attitudes tant en début de cycle de formation qu'à la fin de celle-ci ? » et « Pouvons-nous, identifier leur profil d'identité ? ».

L'hypothèse avancée serait que la motivation, l'aptitude et l'attitude à « l'esprit d'entreprendre » ne fluctueraient que de manière marginale auprès des auditeurs ayant suivi la formation FAG.

Après une recherche exploratoire sur la faisabilité d'utilisation de cet outil auprès d'auditeurs ayant commencé un cycle de formation (FAG) au cours de l'année 2016, nous avons pu déterminer et fixer notre question de recherche.

Question de recherche

- Quelles sont les logiques d'action entrepreneuriale des auditeurs lors de leur parcours pendant la « formation accélérée à la gestion » ?

Le cadre théorique

Nous allons construire ce cadre théorique à l'aide de la littérature que nous avons consultée et relue lors de la préparation de notre travail. Nous avons l'honnêteté d'admettre que notre revue de littérature est synthétique et donc réductrice, ainsi que de l'interprétation que nous avons du sujet développé par notre situation professionnelle en tant que membre du personnel de l'IFAPME.

Sociologie des organisations

La mise en place de notre cadre théorique est structurée par le livre de Philippe Scieur, *Sociologie des organisations, Introduction à l'analyse de l'action collective organisée*, (2011).

Bureaucratie

Le précurseur, Max Weber (1920) pose la première représentation théorique sociologique qui régit les systèmes bureaucratiques (modèle rationnel-légal et idéaltype) par « l'esprit du capitalisme » (pp. 71-72)

Progressivement, pour les sociologues, l'entreprise apparaîtra comme construite par des acteurs, pour créer un « système social concret » (Crozier & Friedberg, 1977).

Le premier, dans son livre *Le phénomène bureaucratique* (Crozier, 1963, p. 329), insiste sur la mise en place d'un contrôle social bureaucratique trop rigide, contraignant et élaboré par des règlements qui empêchent l'individu de s'épanouir. Il écrit, « Dans un tel système, l'intérêt de l'organisation commerciale ou productrice est subordonné à celui de la famille et aux règles qui gouvernent les familles et les rapports entre les familles ».

Pour lui, le « modèle bureaucratique » a pour objectif, en premier lieu de garantir la « stabilité », les affinités, la sécurité et la protection de tous les « citoyens » dans leurs rapports entre eux. En second lieu, cette même bureaucratie, doit réguler le monde de l'entreprise privée, de « stimuler et accorder » les moyens en fonction de l'intérêt générale et collectif sans s'engager trop loin, ni prendre de risques dans un « environnement » incertain (Crozier, 1963, p. 337).

Les deux auteurs (Crozier & Friedberg, 1977) dans *L'acteur et le système*, replacent l'acteur au cœur de la bureaucratie, celui-ci n'a que rarement des « objectifs » clairs, qu'il est toujours dans l'introspective sans prendre de décisions concrètes, il est en fait « contraint et limité » sans être déterminé dans son action (p. 55).

Théorie Bourdieusienne

Pierre Bourdieu (1994) dans son livre, *Raisons pratiques, Sur la théorie de l'action*, nous recentre sur une nouvelle dimension du fonctionnement des individus. Il a développé quatre types de capital ou champ. Le capital économique (patrimoine de l'individu), le capital social, c'est-à-dire l'appartenance à un groupe (réseau) en vue de mobiliser le « réseau » pour atteindre des objectifs, le capital culturel ou capital incorporé (compétences acquises) et le capital symbolique. Le « capital symbolique » nous apporte selon l'auteur, la notion d'*habitus*, c'est l'intériorisation de la structure sociale de l'individu et de sa position dans la société. Un autre objet de notre étude est l'*illusio* où les acteurs participent aux jeux qui structurent leurs champs particuliers.

Selon Bourdieu (1994, pp. 22-23), chaque champ secrète ses règles et ses enjeux propres, on y retrouve la notion d'*habitus*, c'est la « reproduction » de « l'ordre social » qui permet de situer les trajectoires des individus dans le champ d'intervention de l'Etat (violence symbolique) sur les dominés ou dominants dans une action publique déterminée.

Pour l'*illusio* (Bourdieu, 1994, pp.152-153), les acteurs participent aux jeux qui structurent leur champ. Ils y participent parce qu'il y a correspondance entre les dispositions mentales et la structure du champ.

Les individus ont incorporé les structures « objectives » du champ dans leurs structures « subjectives ». C'est l'*Illusio*, c'est-à-dire être pris par la règle du jeu. Les acteurs sont habitués à penser que les règles du jeu sont celles qu'ils doivent croire. C'est une pensée qui

correspond à l'enjeu du champ. L'intérêt des individus varie en fonction du champ. Ces pensées constituent des avantages, ce qui peut les motiver à atteindre le gain économique (Bourdieu, 1994, p. 154).

Bourdieu cite dans son livre (1994, p.151), Johan Huizinga, *Homo Ludens, essai sur la fonction sociale du jeu* : « l'*illusio*, c'est prendre le jeu au sérieux jusqu'à être pris par le jeu ».

Dans son chapitre, *Le jeu et la juridiction*, Huizinga (1951, pp. 114-129) nous explique la possible « parenté » entre le jeu et le droit : le jeu est une compétition où le droit fixe la notion de « gagner ou perdre », il remplit la fonction de juridiction dans notre droit sociétal afin de formaliser une lutte réglée.

La logique d'action

Pour Philippe Bernoux (1995), il existe un prérequis à la « logique d'action » des individus par le développement de la sociologie des entreprises. Celle-ci a permis l'étude de la construction des règles que tout groupe d'individus se donne pour agir, et l'analyse que chaque groupe humain apporte par leur action. L'entreprise est donc un lieu libre de « création du social » (pp. 38-39).

Les règles sociales sont de deux ordres, celles qui sont produites par un « groupe d'individus » et celle qui sont créées par le « sommet » (Bernoux, 1985, p. 154).

La logique d'action se réfère à « l'articulation/interaction » entre l'acteur, qui est à la fois stratégiquement, historiquement et culturellement constitué, et à la situation de son environnement où il interagit. C'est le concept de « système d'action concret » (Bernoux, 1985, p 157).

Ces logiques d'actions issues du système culturel, social et économique forment l'activité de l'acteur, en espace de jeu. Il vit dans un environnement de règles, normes qu'il doit investir pour se positionner dans le champ social et économique qu'il a choisi (Bernoux, 1985, p. 226). Son but est de bâtir sa stratégie et se positionner en tant qu'acteur par sa propre logique d'actions. Il y a une dépendance entre la logique de l'acteur « système d'action concret » et les logiques d'actions de l'acteur. Par cela, l'individu est celui qui opère en fonction des logiques d'actions qui guide son objectif de capital social et économique (Bernoux, 1985, pp. 188-189).

Nous devons enfin citer la logique de « l'action collective », elle ne définit pas uniquement le bien commun, mais c'est une définition acceptée par un groupe, qui est en « négociation » avec les autres, qui cherche une mise en commun même partielle dans un « jeu collectif » réglé par la société (Olson, 1965, 2011, pp.77-78).

Elias, dans *La Société des individus* (1987) soutient que, si les individus ont un rôle indéniable, ils assurent eux-mêmes certaines limites, chacun joue à l'intérieur d'une marge de liberté déterminée par son « interdépendance » avec les autres (p. 96). Et ces rapports « d'interdépendance » risquent selon leur décision d'être pour ou contre eux (p. 95).

De la justice

John Rawls dans *Théorie de la justice* (1987) observe que la « coopération » ne peut avoir lieu que si les individus ont le sentiment que la justice règne dans la répartition des tâches. Il souligne fortement que la « coopération » ne se décrète pas plus qu'elle ne se prescrit : elle n'a lieu que si les individus ont le sentiment d'être dans un univers de justice. La « coopération » est au cœur de la théorie de la justice comme l'équité est le garant de la liberté et l'égalité est l'équilibre par la normalisation (p. 351).

C'est la « démocratie » qui guide la sphère juridique par la législation qui est partagée par la société à un moment donné. Cette notion implique donc une idée d'équilibre et de communauté (Rawls, p.350).

Dans son livre, *La justice comme équité* (Rawls, 2001), il émet l'idée de « mérite institutionnel », il le définit par un système de règles qui sont normalisées par les autorités afin de rencontrer les objectifs qu'ils se sont fixés. Ces règles permettent d'encourager les individus à exhausser leurs prédispositions à la création d'entreprise et à les utiliser pour profiter au bien commun (pp. 108-109).

De la justification

Ce que nous allons expérimenter dans ce mémoire, c'est le système de justification mis en place par les auditeurs de la FAG, afin de nous focaliser sur « l'esprit d'entreprendre » en utilisant l'ouvrage *De la justification, Les économies de la grandeur* de Boltanski et Thévenot (1991). Les deux auteurs initient la théorie des conventions. Pour ce faire, ils ont « cartographié » les diverses logiques d'action, ou « régimes d'action » des acteurs. Ils ont

construit une matrice qui reprend les différents régimes d'action. Cette matrice se compose d'un premier axe, les régimes de paix et de dispute et d'un deuxième axe, les régimes en équivalence (principe de justice).

La théorie des conventions ne repose plus sur les jeux des acteurs, mais sur les justifications. Les auteurs définissent six régimes d'action, chaque régime s'identifie par un *principe supérieur commun*, un ordre de grandeur *de l'état de grand à l'état de petit*, la *dignité* des personnes, la formule *d'investissement* (prix à payer), la *figure harmonieuse/ forme de l'évidence* et un *répertoire d'objets/sujets* qui s'intègrent dans les *relations naturelles* entre les individus afin de répondre au *bien commun* (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 177-180).

Les axiomes ou principes

Le *principe supérieur commun* est celui qui se revendique de la cité, on ne parle pas seulement pour soi, on se revendique au nom d'une « valeur » générale (Boltanski & Thévenot, 1991, p.177).

L'*état de grandeur* rappelle l'idée « d'estime sociale », on y retrouve le principe des « grands » et des « petits ». Les principes sont attachés aux « situations », les grandeurs ne sont donc pas les signes distinctifs des personnes mais des « spécificités » de la situation rencontrée (Boltanski & Thévenot, 1991, p.177-178).

L'axiome de la *dignité* des personnes positionne l'individu dans une société, le statut de l'être doit être le plus stable et s'atteint par une « épreuve ». Chaque personne a le droit d'accéder à la *grandeur* par *dignité* (Boltanski & Thévenot, 1991, p. 178).

Le *répertoire des sujets et des objets*, le *sujet* est l'être qui est qualifié par son état de *grandeur*, le *sujet* est agencé par les *objets* qui contribuent à identifier la *grandeur* des individus, que ce soit par un diplôme, un code, une machine ou un règlement de fonctionnement. Ce sont les *objets* qui servent de « référent extérieur », autour duquel vont s'articuler les « épreuves » (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 178-179).

La *formule d'investissement* ou de sacrifice implique toujours un « coût » pour être *grand*. Elle permet de comprendre comment les individus vont être « groupés ». Elle forme ce que les auteurs nomment une « économie de la grandeur » (Boltanski & Thévenot, 1991, p. 179).

La *relation naturelles entre les êtres* a pour but d'unir et d'agencer plusieurs *objets et sujets* de les agencer et permet le passage d'un monde à l'autre. Ce lien de *relation naturelle* est la formulation par le « verbe » qui gouverne les personnes dans le *bien commun* pour pouvoir s'élever en « généralité » (Boltanski & Thévenot, 1991, P.180).

Ces six régimes d'action se retrouvent dans les mondes communs, Ces cités ou mondes sont au nombre de six, ceux-ci coïncident à des dispositifs de jugement et d'actions. Ils reposent sur la logique des acteurs et de leurs justifications. On retrouve donc la cité *civique, inspirée, marchande, domestique, industrielle et de l'opinion*. Chaque « cité » est construite sur le concept du *bien commun* (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 200-262).

Le monde « civique » accorde une grande place au collectif, à des êtres qui ne sont pas des individus, c'est son *principe supérieur commun*. On parle de « représentativité », c'est par elle que l'on existe, que l'on est *digne*. L'individualisme n'y a pas sa place, son fonctionnement se base sur les lois et les règlements qui donnent « légitimité ». Par sa position de fonction dans le *bien commun*, est *grand* celui qui est représentatif d'un collectif, il le défend et respecte les lois et a la capacité de sacrifier « l'intérêt » personnel pour servir « l'intérêt » général (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 231-241).

Le monde de « l'inspiration » est la « créativité » même, son *principe supérieur commun* est le mariage de la fidélité de sa propre inspiration et de sa *dignité*. Cette authenticité est née de l'individu grâce à son intime conviction et son goût du risque, elle se manifeste par la *forme de l'évidence*. C'est le monde qui se trouve éloigné des objectifs, de l'argent, des règles et de la hiérarchie. Mais c'est le monde de l'inspiration qui fait la grandeur des artistes, des hommes politiques et tous ceux que l'on nomme « génie, innovateur,... » (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 200-206).

Le monde « marchand » est le *principe supérieur commun* par la « compétition », il est la forme idéale de la relation sociale. On le qualifie de *grandeur* par « la convoitise et le gain ». La *dignité* s'acquière par la « richesse », par le « désir » de biens répondant au *prix à payer*, par *l'investissement*. Mais c'est un monde « paradoxal » qui prime l'intérêt individuel qui est tout le contraire du *bien commun*. Cette cité est fondée sur notre économie traditionnelle qui transforme « l'égoïsme et l'opportunisme » des uns en *bien* « collectif ». Si chacun suit son « agio », dans une société de marché, les « désirs » de chacun seront comblés dans le monde marchand (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 241-252).

Le monde « domestique » par la « tradition » atteint le *bien commun*, il met l'accent sur les relations personnelles entre les individus pour s'affirmer en « loyauté ». Ces structures sociales pourtant fondamentales perdent de leur « intensité » dans les sociétés individualistes du « chacun pour soi ». Elles changent par le changement et la formalisation des règles. Mais l'individu permet de répondre à sa *formule d'investissement* en pourvoyant à son propre foyer et permet d'asseoir une « position hiérarchique » par la *dignité de gérer* en « bon père de famille » (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 206-222).

Le monde de « l'opinion » est caractérisé par la « notoriété », dès que le *principe commun* est rencontré par la « renommée », l'individu est *digne* de sa *grandeur* et c'est par son nom, sa marque, sa considération qu'il peut rencontrer le *bien commun*. Le *monde commun* est donc pour des individus « reconnus, convaincants, enrichissants et accrocheurs », l'acceptation d'avoir un pouvoir de « persuasion et d'influence » alors que ce sont des êtres différents (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 222-230).

Le monde « industriel » est porteur de « l'efficacité » par la « productivité », son *principe supérieur commun* est la résultante de la capacité par la *grandeur* de « performer », de la *dignité* par la force travail, d'utiliser les « moyens » pour atteindre les *objectifs* par les *investissements* avec « maîtrise » et « responsabilité ». Le *bien commun* devient « efficacité » grâce aux êtres qui sont « fonctionnels, organisés et fiables » en *maitrisant* les *objets* (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 252-262).

Analyse de la littérature sur l'esprit d'entreprendre par la justification

Nous utilisons une grille de repérage des régimes d'action pour analyser les identités des acteurs, les discours économiques, les dynamiques sociologiques et la pédagogie des savoirs sur « l'esprit d'entreprendre » en partant de notre revue de littérature scientifique.

Identité des acteurs

Pour commencer notre analyse, nous nous attardons sur le livre d'Everett C. Hughes (1996) *Le regard sociologique*, qui, dans son chapitre « licence et mandat », indique que pour qu'un métier soit avéré, il faut qu'il soit exercé par un *groupe* d'individus, que ceux-ci doivent disposer d'une *licence*, d'un *mandat* pour occuper une parcelle des *tâches* qui incombent à la société. Cette licence est souvent conçue par une *autorisation réglementaire*, elle implique de s'écarter des comportements ordinaires, elle identifie les membres qui en font un groupe et reconnaît ce qui est *bon* et *juste* pour l'individu et *la société*. C'est, par cela, que le groupe qui dispose de cette autorisation devient, par *reconnaissance*, une profession *légitime* et *installée* (pp. 99-100).

Chaque profession doit être en interaction constante avec la population qu'elle sert, elle doit répondre aux changements sociétaux, répondre à « l'entreprise *collective* », obtenir ou perdre un soutien *moral, social, juridique*, ou simplement la reconnaissance d'une *clientèle*. Mais ce sont, les entreprises, les *institutions*, les organismes, les associations, les *familles* qui donnent cette *identification* (Hughes, 1996, pp. 139-153).

Dans, le livre de Claude Dubar, *La socialisation*, (2000), la profession de l'individu correspond à sa « trajectoire de vie », cette *trajectoire* devient son *sujet* principal, elle permet un développement de son activité sur son *avenir* par une *reconnaissance* personnelle et sociale (p. 11).

Cet *investissement* personnel doit répondre à une nouvelle *socialisation* professionnelle et s'explique souvent par le décalage des *valeurs* avec le *groupe identitaire* d'*origine*. Cet *engagement* permet de combler un besoin couramment par le biais d'une formation qui garantit à l'individu la mobilité et l'ascension sociale (Dubar, 2000, p.61).

Cet instrument de *savoirs*, centré sur l'accès à une nouvelle carrière professionnelle, est naturellement géré par un *groupe légitimé* qui a tendance à multiplier les *réglementations*, les *normes statutaires* et les *privilèges* spécifiques pour ses propres *membres*. L'accès à la profession devient ainsi un *corps* qui se renferme en imposant ses propres *procédures bureaucratiques* plutôt que le service rendu aux *clients* (citoyens) (Dubar, 2000, pp.144-145).

Les discours économiques et la dynamique entrepreneuriale

Le champ économique, par la théorie Schumpetérienne, place l'entrepreneur comme agent économique. Capron (2009, p.17) cite que cet « agent économique » occupe une *fonction spécifique* et centrale au sein de la *société*, il est le moteur économique des *découvertes* et des *inventions* par *production* et la distribution. Il a les capacité à *imaginer* et à *instaurer* de nouvelles combinaisons de *moyens* productifs par la mise en circulation de nouveaux produits, Il est le précurseur des nouvelles *organisations* du travail. Il est le *créateur* des nouveaux débouchés d'utilisation des *inventions* par la mise en *concurrence*, par *l'échange des biens et services*. Il a une position centrale entre le système économique et les politiques publiques. Il répond au *besoin* de la société en favorisant le *changement*.

Une autre dynamique entrepreneuriale dans le champ économique est celle du « push-pull » (Giacomin *et al*, 2006). C'est deux déterminants se situent dans le cadre « macroéconomique » (pull) qui est *l'environnement réglementaire* et le cadre « microéconomique » (push) qui rencontre le choix *individuel* de l'acteur.

Les auteurs nous présentent une classification des dynamiques « push et pull » pour l'esprit d'entreprendre. Nous reprenons sous forme de tableau les motivations qui amènent l'individu à créer son entreprise.

Tableau 1 : Motivations des dynamiques *Push* et *Pull*

Push	Pull
- Changer de <i>situation professionnelle</i>	- Besoin de <i>richesse</i>
- <i>Subvenir</i> à sa famille	- <i>Reconnaissance</i> et <i>considération</i>
- Continuer la <i>tradition</i> entrepreneuriale	- <i>Réussite</i> financière
- Etre <i>libre</i> et <i>autonome</i>	- Développer <i>des biens et services</i>
- <i>Donner</i> et <i>recevoir</i>	- <i>Créer</i> et <i>organiser</i> des nouveaux outils
- Trouver une <i>opportunité</i> de marché	

Source : adapté du tableau, indicateur des dynamiques Push et Pull (Giacomin, *et al*, 2006, p.12)

Les dynamiques sociologiques par les logiques d'action

Le concept de logique d'action trouve ses origines sociologiques, depuis Weber (1920), il est ensuite développé en France par Crozier (1963) et Friedberg (1977, avec Crozier), Bourdieu (1994), Bernoux (1995) et enfin, de manière collective, Amblard, Bernoux, Herreros et Livian (1996) nous amènent sur les divers comportements identitaires, tant structurels que dynamiques et stratégiques que les acteurs conçoivent par leurs actions.

Nous trouvons matière au développement des logiques d'action entrepreneuriale dans le livre de Guyot et Vandewattyne (2008) qui synthétise le concept des logiques d'action après avoir étudié le cas des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne. Dans leur conclusion, après analyse de divers matériaux et des données empiriques mis à leur disposition en Région wallonne, ils ont identifié cinq types de logiques d'action chez les primo-créateurs.

Le premier type de logiques d'action reste dans le champ économique, il est *opportunité, création d'affaire* afin de pouvoir *développer* sa propre activité de *richesse* que chaque acteur aspire pouvoir réaliser. Le deuxième est l'opposé du premier, il est porteur d'*idéal*, de *statut*, de *reconnaissance professionnelle*, de *maitrise* de l'activité. Il correspond à la *représentation collective*, au respect des *règles* et il est le garant de la *tradition* et de *l'identification sociétale*. Un troisième type a été qualifié par les auteurs « *d'organiser pour formaliser* », il a pour moteur, la *résolution* d'une situation individuelle et professionnelle dans le respect du *milieu*, de sa situation *familiale* et de son *environnement*. Un quatrième type est la recherche de *liberté*, d'*autonomie*, d'*épanouissement* personnel et d'*affirmation* de sa propre *identité*. Et le dernier, identifié à la *création*, se base sur les capacités d'*innovation*, d'*aptitude* à passer à l'*action*, d'évoluer dans un environnement *institutionnel* et matériel afin de *développer* son entreprise (Guyot & Vandewattyne, 2008, pp.298-299).

Nous avons la confirmation dans *La socialisation* de Dubar (2000, p.50) de la typologie des logiques d'action proposées par Guyot et Vandewattyne. Pour Dubar (2000) « l'acte individuel » poursuit également des « buts » construits sur des *objectifs*. Ceux-ci, pour engendrer des « motivations » doivent renvoyer à des *besoins* de la personne. Cette *énergie* ou

« action humaine » n'est pas seulement une réaction de *désirs* à accéder au *bien commun*, elle est aussi une satisfaction d'un *besoin de reconnaissance* et de *capacité* à sa *réalisation*. Plus globalement, elle introduit le *changement social* par *argumentation*.

La pédagogie et les savoirs

L'entrepreneuriat a suscité depuis une vingtaine d'années un intérêt croissant dans les milieux politiques et académiques. Il a conduit à s'intéresser à la pédagogie des savoirs pour *motiver* l'accès à 'esprit d'entreprendre. Par cela, la connaissance du phénomène de l'activité à la création d'entreprise est devenue un défi majeur de l'enseignement et de l'éducation.

L'apprentissage de la pratique entrepreneuriale nécessite donc pour les créateurs d'entreprise d'acquérir plusieurs facultés et capacités dites intellectuelles. Le travail d'éducation et de formation consiste à entraîner une dynamique où rentrent des individus en phase de projet et qui se concrétise en sortie par la création d'activité.

Pour ce faire, la *légitimité* des enseignants, que l'on peut aussi qualifier de formateurs, doit répondre aux prescrits *règlementaires* ainsi qu'aux attentes des acteurs qui désirent acquérir les compétences nécessaires à la réalisation de leur projet.

Pour développer ce chapitre sur la pédagogie, nous allons utiliser l'ouvrage de Kearney & Surlmont (2009) qui s'adresse à tous enseignants désireux d'acquérir la « pédagogie entreprenante » et de l'enseigner.

Nous reprenons dans son intégrité la définition de la pédagogie et de l'esprit d'entreprendre : « Enseigner l'esprit d'entreprendre, c'est aider le jeune à construire des compétences et à favoriser des attitudes qui devraient l'aider à se mettre en projet, pour construire avec lui le sens de son engagement. » (Kearner *et al*, 2009, p.21).

Pour mettre en œuvre cette définition, ils préconisent quatre formes d'apprentissage : l'apprentissage responsabilisant, l'apprentissage en « direct » ou expérientiel, l'apprentissage coopératif ou en équipe et l'apprentissage réflexif (Kearner *et al*, 2009, pp 43-91).

Ils établissent une synthèse qui reprend les capacités, attitudes que chaque apprentissage doit atteindre (Kearner *et al*, 2009, pp. 85-88) :

- l'apprentissage responsabilisant doit permettre l'*investissement* par choix, la prise de *risque*, le fait d'être *fonctionnel* dans l'*opérationnalité* des processus, être capable de

négozier sous *contrôle* des *moyens* mis à disposition, de *réussir* une affaire par *désir* et d'*analyser* les *performances* et *résultats* ;

- l'apprentissage expérientiel est basé sur la réciprocité de chaque individu qui amène son propre vécu grâce aux échanges par des *relations personnelles*, le renoncement au *secret* ainsi que le renon à *l'intérêt particulier* ;
- l'apprentissage collaboratif qui lie les apprenants a pour but de les *encourager* à avoir un *esprit de corps*, de faire preuve de *solidarité*, de répondre aux *besoins* en *équipe*, de *résoudre* des objectifs en *commun* ;
- l'apprentissage réflexif doit cerner toutes les situations rencontrées lors de l'enseignement à savoir : les *règlements*, les *outils*, les *ressources*, les *normes professionnelles*, cela permettant à l'apprenant de pouvoir les faire évaluer en tant que *compétences* et *connaissances* acquises. Cet apprentissage a pour conséquence de pouvoir combler ses propres lacunes après identification.

Ayant défini notre cadre théorique, nous allons intégrer les items (en italique), repris dans le texte de notre cadre théorique, dans un tableau selon les mondes et les dimensions communes ou régimes d'actions. (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 200-262) afin de pouvoir l'utiliser dans la partie empirique de notre travail.

Nous nous sommes inspiré de (Amblard, *et al.* 2005, p.88) pour compléter notre tableau.

Tableau 2 : la justification, discours et dynamiques du cadre théorique

Axiome/principe	Civique	Inspiration	Marchand
Principe supérieur commun	<i>Prééminence des collectifs, intérêt général, liberté, groupe, tous</i>	<i>Création, Jaillie de l'inspiration, notoriété</i>	<i>Concurrence, compétition, échange de biens et services, enrichissement</i>
Etat de grandeur	<i>Titulaire, licence, le mandataire, représentatif, autorisé, légal</i>	<i>Créatif, inventif, génie, innovant, indépendant</i>	<i>Désirable, valeur, le gagnant</i>
Dignité	<i>Liberté, renoncer à ses intérêts, participation</i>	<i>L'inquiétude de la création, étonner, éviter le conventionnel</i>	<i>Intérêt, réussir une affaire, posséder, désir, être opportuniste</i>

Formule d'investissement (prix à payer)	<i>Renoncer au particulier (à l'intérêt immédiat), solidarité</i>	<i>Risque, imaginaire,</i>	<i>Opportunisme, liberté, individuel, autonomie</i>
Figure harmonieuse/ Forme de l'évidence	<i>Institutions représentatives, / Textes de loi, règles juridiques</i>	<i>Exemple / la certitude de l'intuition, symbole</i>	<i>Marché, système/ la richesse, la réussite financière, argent, bénéfice, résultat</i>
Répertoire des objets/ des sujets	<i>Droits, législation, décret, formalité, procédure, programme, orientation/ Collectivité, associations, institutions,</i>	<i>Esprit, corps, objets imaginaires/ les illuminés</i>	<i>Richesse, moyens, / Concurrent, client, vendeur, acheteur, indépendant</i>
Relations naturelles	<i>Pour une cause juste, unifier, légaliser, habilitier</i>	<i>Imaginer, créer, découvrir, faire</i>	<i>Relations d'affaires, intéresser, acheter, se procurer, vendre, négocier, payer</i>
Axiome/principe	<i>Domestique</i>	<i>Opinion</i>	<i>Industriel</i>
Principe supérieur commun	<i>Le statut, relations personnelles, tradition</i>	<i>Notoriété, Opinion des autres</i>	<i>Efficacité, excellence, performance</i>
Etat de grandeur	<i>Bienveillant, digne de la confiance, fidèle, autorisé, respectabilité</i>	<i>Réputé, identification, succès, se distinguer connu, persuasif</i>	<i>Performant, fonctionnel, opérationnel, maîtriser</i>
Dignité	<i>Bon sens, respect des hiérarchies naturelles et des traditions</i>	<i>Affirmer une identité, reconnaissable, désir de considération</i>	<i>Travail, répondre aux besoins du client</i>
Formule d'investissement (prix à payer)	<i>Devoir (et dette), serviabilité</i>	<i>Renoncer au secret, révéler</i>	<i>Investissement, dynamique</i>
Figure harmonieuse/ Forme de	<i>Famille, milieu, principes, usages/ l'anecdote exemplaire, donner en</i>	<i>Audience / succès, être reconnu, médiatique</i>	<i>Système/mesure</i>

l'évidence	<i>exemple</i>		
Répertoire des objets/ des sujets	<i>Bonnes manières, rang, titre, demeure, cadeaux, /supérieurs, parents, famille, chef, patron</i>	<i>Marques, message, support / noms, leader, relais</i>	<i>Méthodes et règles formelles, outils, moyens, ressources, objectifs, normes, tâches / professionnels, expert, responsable</i>
Relations naturelles	<i>Eduquer, reproduire, donner, recevoir, rendre, respecter</i>	<i>Convaincre, parler de, influencer, promouvoir, sensibiliser</i>	<i>Fonctionner, prévoir, organiser, contrôler, résoudre, ordonnancer, analyser, optimiser</i>

Source : adapté de *De la justification, les économies de la grandeur*, (Boltanski & Thévenot, 1991, pp. 200-262)

Partie empirique

Procédure de recherche

Repartons de notre question de recherche : Quelles sont les logiques d'action entrepreneuriale des auditeurs lors de leur parcours pendant la « formation accélérée à la gestion » ?

Nous avons présenté en début de travail le « référentiel » de formation à la gestion de base de l'Ifapme. Ce référentiel, permet d'accompagner et de former les auditeurs de l'Ifapme à l'autocréation d'emploi et à la création d'entreprise.

Comme nous l'avons vu dans notre partie théorique sur la pédagogie et les savoirs, les formateurs sont rarement des enseignants ou ne disposent pas de titre pédagogique. Pour eux, le référentiel est un outil nécessaire dans le cadre de la formation car il précise les différentes tâches et capacités que doivent avoir tous créateurs d'entreprise, ce qui leur permet de dispenser une formation appropriée par les pratiques entrepreneuriales.

Nous allons analyser les tâches du référentiel par les justifications, ainsi qu'une classification des tâches par monde.

Avant de faire ce travail, nous allons reprendre les termes de Pierre Muller (1990, pp. 55-64) pour contextualiser le référentiel étudié. Selon lui, un référentiel d'une politique est articulé sur quatre niveaux de perception du monde, les valeurs : la réalisation/réussite, les normes : prescrits légaux/résultats, les algorithmes : développement/stratégie et les images : la reconnaissance/réputation.

Il conclut que du référentiel global au référentiel sectoriel, on est rentré dans l'air du « référentiel de la performance publique » qui modélise les modes de la gestion publique à la référence institutionnalisée du « néo-libéralisme », nous rentrons donc dans un nouveau référentiel d'action publique qu'il nomme « le référentiel libéral-social ». (Muller, p. 83).

Par ailleurs, H. Becker (1985, pp.155-158), nous indique que le référentiel FAG est construit sur une norme spécifique, et qu'il répond à un type-idéal prenant ses fondements sur une législation qui ne laisse aucune place à l'ambivalence sur ce que peut être fait ou pas fait.

Du point de vue sociologique de l'action publique, d'après Pierre Lascombes et Patrick Le Gales (2012, pp.93-94), le référentiel FAG est l'émanation d'une stratégie politique pour répondre à la mise en œuvre de « l'Etat social actif » qui génère de l'ordre dans l'action collective. Les normes normalisées ont pour les dirigeants un seul objectif, celui d'empêcher le contournement et l'échec des règles.

Donc, nous nous accordons à dire qu'il existe un « référentiel global », qui est la base de notre fonctionnement étatique et qui se décline ensuite en « référentiel sectoriel » en fonction de la discipline, ici la gestion d'entreprise.

Dans notre étude, c'est le champ économique et la profession qui se retrouve dans le référentiel de « formation accélérée à la gestion » qui a pour fonction de répondre à la réglementation de l'accès à la profession indépendante. Ces « référentiels sectoriels » sont les fondements de l'action publique, ils répondent à nos règles de droits et sont acceptés par les individus qui veulent rentrer dans ce champ.

Analyse sur les tâches du référentiel

Le référentiel (Ifapme, 2017, p.8) de gestion (FAG) définit les tâches de la manière suivante:

- accomplit toutes les formalités et procédures nécessaires à la création/reprise d'entreprise ;
- pilote l'entreprise par :
 - la détermination et la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise,
 - le choix des produits fabriqués et/ou des services fournis par l'entreprise,
 - la définition des marchés sur lesquels il exerce son activité,
 - la gestion des ressources humaines, financières, commerciales et techniques de l'entreprise,
 - la direction et l'encadrement du personnel, en vue d'atteindre les objectifs fixés,
 - le développement de l'image de l'entreprise ;

- le cas échéant, conçoit et formule des propositions des stratégies conformes à la politique commerciale de l'entreprise, les met en œuvre et rend compte des résultats.

Le référentiel (Ifapme, 2017, p.10) donne une condition d'exercice du métier dans un contexte relationnel et/ou psychologique qui requiert de la part du chef d'entreprise :

- une grande disponibilité et l'exploitation de techniques de communication et de relation adaptées aux différents types de situations, contextes et interlocuteurs : relations avec le personnel, les clients, l'environnement économique et médiatique (fournisseurs, partenaires, pouvoirs publics...),
- la résistance au stress, à la fatigue physique et nerveuse,
- la capacité à rechercher et à analyser les informations techniques et commerciales, à anticiper les résultats/conséquences de ses actions, prendre des décisions rapides, faire preuve d'initiative, d'innovation et d'esprit critique.

L'analyse du référentiel (Ifapme, 2017, pp. 49-62) s'est faite selon les tâches des Unités d'acquis d'apprentissage (UAA) certifiées.

Dans notre modèle d'analyse de la justification, nous allons utiliser la classification des mondes en rapport avec les tâches du référentiel FAG.

Tableau 3 : Classification du référentiel FAG par monde

Tâches	Monde/cité
Choisir, présenter et justifier son choix d'activité professionnelle de produit(s) <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer un projet de création/reprise d'entreprise - Vérifier la faisabilité de son projet d'entreprendre, le présenter et le défendre 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspiration - Opinion
Préparer le lancement de son entreprise sur un plan administratif et juridique <ul style="list-style-type: none"> - Répertorier les contraintes réglementaires, les démarches administratives préalables à l'exercice de l'activité envisagée - Répertorier les prescrits légaux spécifiques à l'activité professionnelle envisagée 	<ul style="list-style-type: none"> - Civique - Civique

<ul style="list-style-type: none"> - Réaliser plusieurs analyses multicritères et argumenter ses choix 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspiration
<p>Mettre en route son entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les démarches nécessaires à l'ouverture de l'activité : fournir les documents nécessaires - Souscrire les contrats d'assurances : établir un tableau comparatif et sélectionner les contrats adaptés 	<ul style="list-style-type: none"> - Civique - Marchand
<p>Concevoir et développer une stratégie commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter le projet d'activité de manière synthétique - Présenter un dossier contenant : les axes principaux de la stratégie commerciale sélectionnée – les conditions de vente adaptées au projet et à la stratégie 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspiration - Marchand
<p>Assurer la gestion commerciale quotidienne (documents commerciaux)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Repérer les achats à effectuer, vérifier le stock dans un logiciel adapté - Rechercher des fournisseurs dans différentes sources - Adapter un document-type numérisé de remise de prix et l'expliquer au client - Compléter les documents commerciaux-type numérisés liés au processus d'achat et de vente (factures, notes de crédit) - Adapter un document-type numérisé pour une réclamation ou un litige 	<ul style="list-style-type: none"> - Marchand - Marchand - Marchand - Civique - Marchand
<p>Assurer la gestion comptable</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier, trier, vérifier, classer tous les documents, Réagir face aux erreurs éventuelles - Encoder, les pièces comptables dans un logiciel adapté à une comptabilité simplifiée - Editer les journaux mouvementés - Editer et vérifier la déclaration TVA - Calculer le chiffre d'affaire et les charges et dégager le résultat (marge brute) 	<ul style="list-style-type: none"> - Domestique - Civique - Civique - Civique - Marchand

<p>Exploiter les indicateurs du tableau de bord de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exploiter les comptes annuels comme tableau de bord de gestion de l'entreprise - Présenter les résultats et les pistes de réajustement à ses associés - Contrôler le projet de déclaration d'impôts réalisé par le service comptable 	<ul style="list-style-type: none"> - Inspiration - Domestique - Civique
--	--

Nous remarquons que les tâches se répartissent comme suit : une dans le monde de l'opinion, deux dans le monde domestique, quatre dans le monde d'inspiration, sept dans le monde marchand et huit dans le monde civique.

Cela correspond en tous points à la construction proposée par Muller (1990, pp. 55-64) sur quatre niveaux de perception du monde.

- les *valeurs* : la réalisation/réussite par le monde de l'inspiration,
- les *normes* : prescrits légaux/résultats par le monde civique,
- les *algorithmes* : développement/stratégie par le monde marchand
- les *images* : la reconnaissance/réputation par le monde domestique et d'opinion.

Nous allons partir de notre cadre théorique pour poser la relation entre les différents mondes qui sont liés au référentiel FAG.

Pour notre analyse, nous partons du monde le plus représenté, à savoir le monde civique vers les autres mondes du plus petit au plus grand.

Vers le mode de l'opinion. On y rencontre une seule variable. C'est la nécessité de reconnaissance, d'avoir l'approbation de ses pères après avoir défendu son projet.

Vers le monde domestique. Deux rencontres avec le monde civique, celle du gestionnaire en bon père de famille et celui qui doit gérer son entreprise avec rigueur en informant son entourage de ses actions.

Vers le monde de l'inspiration. Nous rentrons dans la dynamique de création ou reprise d'une entreprise Cette inspiration qui jaillit de nulle part doit être analysée ce qui permet de lever les incertitudes qui naissent de la création d'activités et d'utiliser les outils créés par conviction.

Et enfin, vers le monde marchand, où la prédominance est la mise en œuvre par « mots d'ordre » venant de nos gouvernants qui ont pour référence le capitalisme. Le monde civique institutionnalise l'action individualisée des acteurs afin ceux-ci restent dans le collectif et l'intérêt général.

Après notre lecture du livre *Le nouvel esprit du capitalisme* de Boltanski & Chiapello (1999, p.50) nous comprenons mieux la construction du référentiel FAG. Il repose sur les éléments suivants : « progrès matériel, efficacité et efficience dans la satisfaction des besoins, mode d'organisation sociale favorable à l'exercice des libertés économiques et compatible avec des régimes politiques libéraux ».

Le référentiel FAG est donc un construit étatique qui émane de notre société néolibérale.

Questionnaire

Avant d'avoir la possibilité utiliser le questionnaire en ligne « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? », nous avons besoin de l'autorisation et la coopération des centres de formation du réseau Ifapme.

Pour rappel, cet outil permet d'auto-évaluer son profil entrepreneurial. Le questionnaire s'articule autour de trois thématiques : les motivations, les aptitudes et les attitudes de l'entrepreneur.

Pour ce faire, une présentation succincte de notre projet a été effectuée par nos soins en présence de l'Administrateur général de l'Ifapme lors d'un Conseil consultatif des centres Ifapme.

Cette démarche avait pour objectif d'obtenir l'autorisation de questionner les auditeurs de la FAG lors de la session de septembre 2017 à février 2018.

L'accueil des responsables des centres au projet de travail présenté a été accepté à l'unanimité. Une seule condition est de la non possibilité d'identifier une population particulière sur une zone géographique limitée. Les résultats devant être anonymisés, ils doivent rester à l'échelle de la Région wallonne.

Après engagement moral de notre part, nous avons pu compter sur leur indéfectible collaboration ainsi que celle des formateurs dispensant les cours en début et fin de cycle de la formation FAG.

Le choix d'une enquête par questionnaire

Nous nous sommes de nouveau reposés sur le manuel de Quivy & Van Campenhoudt, (2011, pp.167-169) pour argumenter le choix du questionnaire « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? » à compléter sur le site internet de l'Ifapme

Ils nous disent que les enquêtes par support internet sont de plus en plus utilisées pour les recherches en sciences sociales. L'intérêt est de toucher un public ciblé et conséquent pour un coût très faible, voire inexistant.

Le lien internet est existant et opérationnel sur le site internet de l'Ifapme.

Ce questionnaire permet de poser aux auditeurs des questions relatives à leur situation sociale, professionnelle, à leur attitude à l'égard d'une situation, en l'occurrence ici l'esprit d'entreprendre.

Le questionnaire est composés de 50 items et, vu le grand nombre de réponses, les questions sont codées de sorte que les auditeurs doivent obligatoirement choisir leurs réponses parmi celles qui leur sont formellement proposées.

Les deux auteurs soulignent qu'il n'est pas indispensable que le chercheur soit personnellement formé dans les domaines les plus techniques pour utiliser et récolter les données.

Le travail de collecte des données s'est donc effectué en équipe. En premier lieu, il a été réalisé par notre collègue, chargée de mission pour l'axe « Entreprendre et monter sa boîte » et ensuite par notre collègue, chargé de la méthode statistique au sein de l'Ifapme. La compilation des données s'est faite par une entreprise spécialisée : © Le Sphinx.

Ces auteurs terminent en insistant sur des points d'attention dans le choix d'une enquête par questionnaire. Pour que la méthode soit fiable, plusieurs conditions doivent être remplies : rigueur dans le choix de l'échantillon, ce que nous avons pu réaliser car nous connaissions les conditions d'inscription à la FAG des auditeurs, d'une « formulation claire et univoque » des questions, ce qui est le cas puisque le questionnaire a été validé scientifiquement (voir infra). Et pour finir, il faut une « atmosphère de confiance au moment de l'administration du questionnaire », le questionnaire a été proposé par le formateur dans le cadre des cours de la FAG.

Mise en œuvre du questionnaire

Nous avons établi une *mailing* liste au départ de l'Ifapme, afin d'envoyer à tous les formateurs du cycle FAG une information à inviter leurs auditeurs à compléter le questionnaire en ligne « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? ». Cette *mailing* liste était signée par les conseillers pédagogiques de l'Ifapme ayant en charge le référentiel de gestion de base. (Annexe 2).

Aperçu des deux mails envoyés aux formateurs.

Le premier mail a été administré dès le début de la formation pendant les trois premières semaines pour la première phase et à la fin du cycle de formation lors des trois dernières semaines pour la deuxième phase.

Tableau4 : Mail lors de la première phase

Objet : A l'attention des formateurs en gestion : questionnaire en ligne « Ai-je un profil d'entrepreneur »

A l'attention des formateurs en gestion

Mesdames, Messieurs,

Bonjour,

Dans le cadre d'un travail de fin d'étude, Monsieur Laurent De Cooman réalise un travail relatif aux motivations, attitudes et aptitudes entrepreneuriales des apprenants inscrits en FAG.

A cet effet, nous venons vers vous afin d'inviter les apprenants en début de formation à compléter le questionnaire en ligne « Ai-je un profil d'entrepreneur » accessible sur le site Internet de l'IFAPME à la page <http://www.ifapme.be/profil-entrepreneur.html>.

Ce même questionnaire qui sera de nouveau complété par les auditeurs en fin de cycle de la FAG a pour but d'évaluer l'évolution des attitudes, aptitudes et motivations des participants.

Pour pouvoir isoler les participants aux FAG dans l'ensemble des réponses, il leur est demandé de répondre à la question (en fin de questionnaire) 'Comment avez-vous eu

connaissance de ce questionnaire ?' en cochant l'item : 'Lors d'un cours, dans un centre de formation' et de préciser le centre et le cours : 'FAG'.

Pour toute question relative à la présente demande, nous vous invitons à contacter directement laurent.decooman@ifapme.be.

En vous remerciant pour votre collaboration, nous restons à votre entière disposition.

Les conseillers pédagogiques en gestion

Cc : les Directeurs de centres Cci : Formateurs en gestion

Tableau 5 : Mail lors de la deuxième phase

Objet : 2ème PHASE : A l'attention des Formateurs en gestion : Questionnaire en ligne « Ai-je un profil d'entrepreneur? »

A l'attention des formateurs en gestion

Mesdames, Messieurs,

Dans le cadre d'un travail de fin d'étude, Monsieur Laurent De Cooman réalise un travail relatif aux motivations, attitudes et aptitudes entrepreneuriales des apprenants inscrits en FAG.

Celui-ci se déroule en deux phases : tous les auditeurs FAG ont été invités en début de session à compléter le questionnaire en ligne "Ai-je un profil d'entrepreneur?", ainsi qu'en fin de session.

Nous arrivons en fin de session et nous venons vers vous afin d'inviter les apprenants en fin de formation de la FAG à compléter de nouveau le questionnaire en ligne « Ai-je un profil d'entrepreneur? » accessible sur le site Internet de l'IFAPME à la page <http://www.ifapme.be/profil-entrepreneur.html>.

Ce même questionnaire de nouveau complété par les auditeurs en fin de cycle a pour but d'évaluer l'évolution des attitudes, aptitudes et motivations des participants (par deux évaluations distinctes).

C'est pourquoi il est important d'insister auprès des auditeurs de compléter à nouveau le questionnaire. Les auditeurs qui n'auraient pas rempli le questionnaire en ligne en début de session doivent aussi le compléter lors de la 2ème phase.

Pour pouvoir isoler les participants aux FAG dans l'ensemble des réponses du questionnaire en ligne, il leur est demandé de répondre à la question (en fin de questionnaire) 'Comment avez-vous eu connaissance de ce questionnaire ?' en cochant l'item : 'Lors d'un cours, dans un centre de formation' et de préciser le centre et le cours : 'FAG'.

Pour toute question relative à la présente demande, nous vous invitons à contacter directement laurent.decooman@ifapme.be.

En vous remerciant pour votre collaboration, nous restons à votre entière disposition.

Bien à Vous,

Les conseillers pédagogiques en gestion

Cc : les Directeurs de centres Cci : Formateurs en gestion

Une relance téléphonique a été effectuée par nos soins auprès des formateurs concernés afin de leur donner des compléments d'informations et surtout de les conscientiser sur l'importance à inviter leurs auditeurs à bien compléter le questionnaire en ligne. Cette relance a été réalisée lors des deux phases de la *mailing* liste (début et fin).

De plus, une visite sur site a été procédée dans sept centres de formations. Toutes les implantations des centres de formation n'ont pas pu être visitées par nos soins, mais nous avons pu compter sur nos collègues régionaux qui ont tous acceptés de nous suppléer dans notre démarche de sollicitation auprès des formateurs.

Questionnaire en ligne (annexe 2)

Ce test est proposé par l'IFAPME dans le cadre du projet « Parcours intégrés de formation au long de la vie » avec l'aide de l'Union Européenne, de la Wallonie et du Plan Marshall 2.vert.

Celui-ci a été développé grâce à l'accord de la Banque de Développement du Canada qui en a autorisé l'utilisation.

Après avoir consulté le conseiller pédagogique de l'Ifapme ayant en charge le référentiel de formation en gestion, nous apprenons que ce questionnaire a été adapté en fonction du vocable commun utilisé lors de la formation FAG. Il nous apprend aussi que le questionnaire a été construit et validé scientifiquement.

Après une recherche sur internet, nous trouvons le document de travail intitulé *Sensibilisation à l'entrepreneuriat : construction et validation empirique d'un outil pratique* (Gasse & Tremblay, 2005).

On apprend que le questionnaire a pour objectif d'être un outil à la sensibilisation à l'entrepreneuriat, celui-ci a été mis en œuvre par Yvon Gasse & Maripier Tremblay (2005) suite à la demande de la Banque de Développement du Canada.

Le questionnaire évalue onze caractéristiques rassemblées en trois dimensions : les motivations, les aptitudes et les attitudes.

Avant de passer aux définitions des caractéristiques qui nous intéressent dans le présent travail, nous allons présenter succinctement les étapes et méthodes qui ont permis de valider scientifiquement le questionnaire.

La version préliminaire du questionnaire reprenant les éléments d'identité a rencontré la représentativité généralement admise de la population canadienne dans ce type d'enquête.

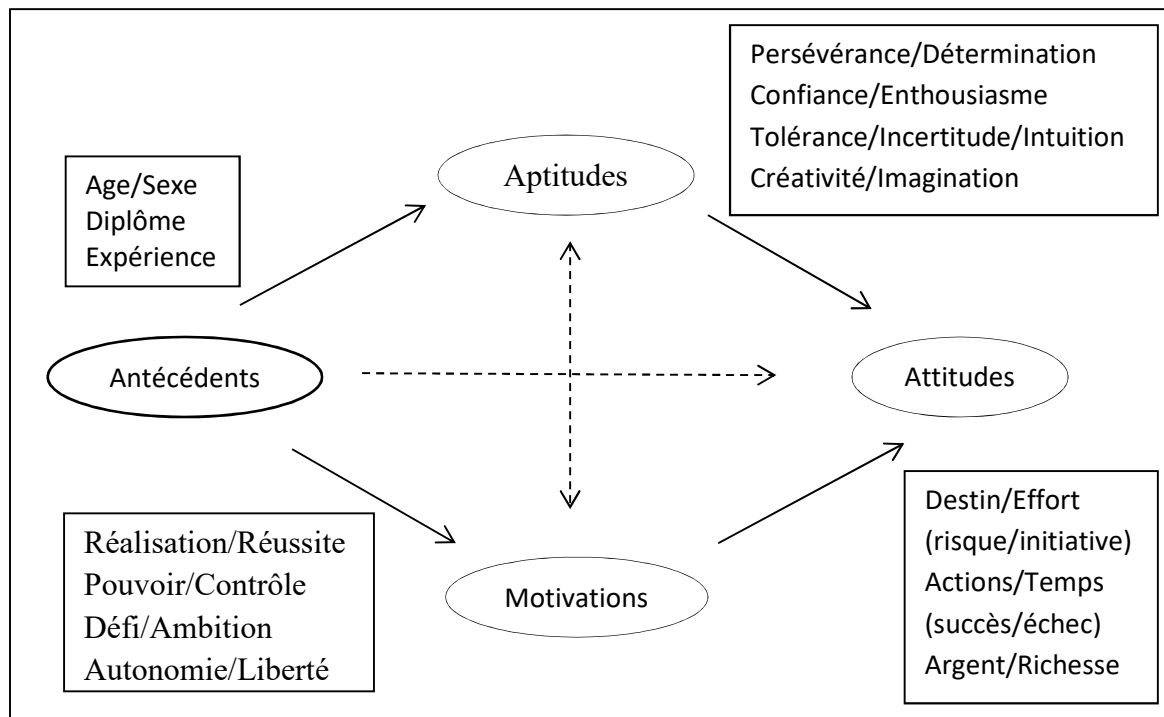
Le prétest, lui avait pour but de garantir de la bonne compréhension des différents énoncés.

Les qualités métrologiques, par les mesures de fidélité, de validité, d'équivalence et de l'analyse des énoncés et des dimensions, ont validé les instruments de mesure comme performants et fiables.

Caractéristiques et dimensions

Les onze caractéristiques rassemblées en trois dimensions : les motivations, les aptitudes et les attitudes sont détaillés dans la figure suivante :

Figure 1 : Modèle des caractéristiques du profil entrepreneurial



Source : Modèle profil entrepreneurial/monde/dimension (Gasse & Tremblay, 2005, p. 3)

Les définitions des différentes caractéristiques sont les suivantes (Gasse & Tremblay 2005, pp.4-7).

Les antécédents : on y retrouve le profil socio-démographique, l'expérience par la situation professionnelle, les qualifications par la formation scolaire.

Les aptitudes : ce sont les capacités qui sont les plus appropriées au profil entrepreneurial.

Les motivations : elles sont nombreuses, elles sont généralement le déclencheur de l'esprit d'entreprendre, elles rencontrent le désir de reconnaissance ainsi que les besoin primaires de tout individu c'est-à-dire la liberté et l'autonomie.

Les attitudes : elles permettent la construction de son projet, le monde qui entoure les individus dicte le chemin du changement par l'action, la perception y joue le rôle de déclenchement dans la modification de l'environnement de l'acteur.

Analyse du questionnaire par la justification

Pour commencer notre analyse par la justification, nous reprenons de manière intégrale le tableau qui présente chacune des caractéristiques sur lesquelles repose le questionnaire (Gasse & Tremblay, 2005, pp.7-8).

Nous y intégrons une colonne qui reprend les mondes, principe et items repris et définis dans notre cadre théorique.

Tableau 6 : Classification des dimensions par monde/principe/items

Les motivations sont des facteurs qui déterminent le comportement. Les motivations sont considérées comme les raisons profondes qui amènent quelqu'un à agir.	<u>Monde</u> <u>Axiome/principe</u> <i>Items</i>
<u>Réalisation/ Réussite</u> Le besoin de réalisation se traduit par le désir de progresser, d'exceller et de performer. La personne qui possède cette caractéristique aime se fixer des objectifs et obtenir des commentaires sur ce qu'elle fait dans le but de se surpasser. Ces personnes ont souvent un fort esprit de compétition, surtout envers elles-mêmes.	<u>Monde marchand</u> <u>Principes supérieur commun</u> <i>Concurrence, compétition, échange de biens et services, enrichissement</i>
<u>Défi/Ambition</u> Le défi et l'ambition sont de près liés au besoin de réalisation. Il s'agit ici de personnes cherchant constamment à se lancer dans des projets difficiles, à réaliser leurs rêves. Elles ont un constant besoin d'apprendre.	<u>Monde marchand</u> <u>Dignité</u> <i>Intérêt, réussir une affaire, posséder, désir, être opportuniste</i>
<u>Autonomie/liberté</u> Les personnes en recherche d'autonomie et de liberté ont le désir d'être leur propre patron; elles veulent ainsi pouvoir faire leurs propres choix, fixer elles-mêmes leurs contraintes, bref, avoir une autonomie décisionnelle.	<u>Monde marchand</u> <u>Formule d'investissement</u> <i>Opportunisme, liberté, individuel, autonomie</i>
<u>Pouvoir/Contrôle</u>	<u>Monde marchand</u>

<p>Ceux qui aiment le pouvoir et le contrôle sont souvent animés par le désir de diriger et d'influencer. Concrètement, ces personnes ont une volonté d'organiser et de coordonner les actions et de mobiliser les ressources. Elles aiment aussi susciter l'admiration et acquérir un statut social.</p>	<p><u>Figure harmonieuse/évidence</u> <i>Marché, système/ la richesse, la réussite financière, argent, bénéfice, résultat</i></p>
<p><u>Reconnaissance/Réputation</u> Les personnes qui ont un fort besoin de reconnaissance, aiment être reconnues publiquement pour ce qu'elles font. Elles ont le désir d'être une autorité dans leur domaine, une personnalité dans leur milieu.</p>	<p><u>Monde opinion</u> <u>Dignité</u> <i>Affirmer une identité, reconnaissable, désir de considération</i></p>
<p>Les aptitudes sont des dispositions naturelles, des habiletés, des capacités. Certaines aptitudes prédisposent à l'entrepreneuriat.</p>	<p><u>Monde</u> <u>Axiome/principe</u> <i>Items</i></p>
<p><u>Confiance en soi/ enthousiasme</u> La confiance en soi amène à croire en ses moyens et ses capacités, à être fier de soi-même. Quelqu'un qui a confiance en lui-même connaît sa valeur, il est optimiste quant à ses capacités de réalisation.</p>	<p><u>Monde industriel</u> <u>Principes supérieur commun</u> <i>Efficacité, excellence, performance</i></p>
<p><u>Persévérance/détermination</u> La persévérance se traduit par la persistance dans les efforts, par la détermination constante dans la recherche de solution aux problèmes. Les personnes persévérantes et déterminées font preuve de ténacité et ont une bonne capacité de rebondissement.</p>	<p><u>Monde industriel</u> <u>Etat de grandeur</u> <i>Performant, fonctionnel, opérationnel, maîtriser</i></p>
<p><u>Tolérance à l'ambiguïté/gestion du stress</u> Cette caractéristique est importante dans le profil d'un entrepreneur. Les personnes tolérantes à l'ambiguïté ont la faculté de supporter et de gérer le stress généré par l'incertitude. Ces personnes ont une forte capacité d'adaptation.</p>	<p><u>Monde inspiration</u> <u>Dignité</u> <i>L'inquiétude de la création, improvisé, étonner, éviter le conventionnel</i></p>
<p><u>Intuition/flair</u> Il est plus difficile de décrire l'intuition. Il s'agit du sens du timing, de sa capacité à identifier des occasions. Les</p>	<p><u>Monde inspiration</u> <u>Figure harmonieuse/évidence</u> <i>Exemple/ la certitude de</i></p>

personnes qui ont de l'intuition et du flair accordent généralement beaucoup d'importance à leur instinct dans les décisions qu'elles prennent.	<i>l'intuition, symbole</i>
<u>Créativité/imagination</u> La créativité se voit souvent dans le fait d'être curieux, fouineur, d'avoir la capacité d'anticiper les choses, et aussi de concevoir plusieurs solutions à un problème.	<u>Monde inspiration</u> <u>Etat de grandeur</u> <i>Créatif, inventif, génie, innovant, indépendant</i>

Les attitudes sont constituées des perceptions, des dispositions que nous avons à l'égard de quelque chose. Ces sont des jugements que nous portons, les façons que nous avons de voir les choses.	<u>Monde</u> <u>Axiome/principe</u> <i>Items</i>
<u>Attitude envers le destin/chance</u> Certains attribuent le bénéfice de leur succès à la chance et d'autres à leurs efforts. Ceux dont le profil est entrepreneurial ont tendance à croire qu'ils ont le pouvoir d'influencer les événements par les actions qu'ils posent. <u>Attitude envers le risque/initiative</u> L'attitude envers le risque amène une personne à considérer de façon positive ou non le fait de prendre des initiatives. En général, les entrepreneurs acceptent de prendre des risques qui les impliquent personnellement, mais de façon calculée. En ce sens, ils s'assurent de prendre des initiatives qu'ils considèrent pouvoir contrôler et gérer de manière efficace.	<u>Monde opinion</u> <u>Etat de grandeur</u> <i>Réputé, identification, succès, se distinguer, connu, persuasif</i> <u>Monde industriel</u> <u>Répertoire des objets/sujets</u> <i>Méthodes et règles formelles, outils, moyens ressources, objectifs, normes, tâches / professionnels, expert, responsable</i>
<u>Attitude envers l'action/le temps</u> Une caractéristique fondamentale de l'entrepreneur est d'être orienté vers l'action. L'empressement de passer à l'acte et la diligence sont des traits assez fréquents chez les entrepreneurs. Pour eux, il faut agir pour réussir. <u>Attitude envers le succès/l'échec</u> Personne ne peut avoir que des succès dans sa vie. Cependant, celui qui peut tirer des leçons de ses échecs à une longueur d'avance sur les autres. Les entrepreneurs ont habituellement	<u>Monde marchand</u> <u>Etat de grandeur</u> <i>Désirable, valeur, le gagnant</i> <u>Monde industriel</u> <u>Dignité</u> <i>Travail, répondre aux besoins du client, énergie</i>

cette capacité de se relever et de tirer avantage des situations qu'ils vivent, autant des échecs que des succès.	
<u>Attitude envers l'argent/la richesse</u> La perception de l'argent et celle de la richesse peuvent être plus ou moins favorables à la création d'entreprise. En général, l'entrepreneur ne cherche pas la richesse à tout prix. Il est cependant conscient que le chiffre d'affaires généré par l'entreprise est indicateur de réussite pour l'entreprise et l'entrepreneur. L'argent et la richesse font donc partie de l'environnement des affaires, et en ce sens, l'entrepreneur sait qu'il doit en tenir compte.	<u>Monde marchand</u> <u>Répertoire des objets/sujets</u> <i>Richesse, moyens /</i> <i>Concurrents, clients,</i> <i>vendeur, acheteur,</i> <i>indépendant</i>

Source : Adapté du tableau reprenant les dimensions principales pour l'élaboration du questionnaire en fonction des mondes/axiome et principes/éléments de justification (Gasse & Tremblay, 2005, pp. 7-8)

Nous allons passer au questionnaire proprement dit.

Le questionnaire se décompose en 50 items, pour chacun desquels les auditeurs de la FAG aient quatre possibilités de réponses : Entièrement en désaccord, Plutôt en désaccord, Plutôt en accord, Totalement en accord. Nous avons regroupé les énoncés en fonction des trois dimensions, à savoir les aptitudes, les motivations et les attitudes. Nous avons intégré un champ pour les différents mondes et les dimensions communes à toutes les cités selon notre cadre théorique pour l'esprit d'entreprendre.

Pour des raisons pratiques, nous avons classé les énoncés suivant une classification logique reprenant les caractéristiques validées scientifiquement pour l'élaboration du questionnaire.

Chaque numéro correspond à l'ordonnancement des questions posées dont le modèle est reproduit en annexe 2.

Tableau 7 : Classification des questions par monde & dimension

Composante	Aptitudes	Monde	Dimension
Persévérance/ Détermination	8. Face aux difficultés, je recherche des solutions. 17. J'essaie d'être le meilleur dans mon domaine de compétences. 19. Je suis capable de voir plusieurs solutions à un problème. 28. J'imagine facilement plusieurs solutions pour satisfaire un besoin.	Industriel	Grandeur
Confiance/ Enthousiasme	2. Je suis à l'aise dans les situations difficiles. 12. Quand je débute un projet, je suis confiant de le réussir. 22. Quand j'ai confiance en moi, tout est possible. 33. Quand je commence un projet, je ne suis pas toujours certain d'avoir les capacités pour le réussir. 42. J'ai tendance à remettre à plus tard les tâches difficiles 43. Je vois le verre à moitié vide plutôt qu'à moitié plein. 46. On peut faire ce que l'on veut, on n'est jamais maître de la situation.	Industriel	Principe supérieur commun
Tolérance au stress, à l'incertitude/ Intuition/flair	3. Là où les autres voient des problèmes, moi, je vois des solutions. 6. Je suis beaucoup moins efficace dans des situations stressantes. 15. En général, je me méfie de mon instinct. 25. Un bon niveau de stress me stimule. 36. J'ai des difficultés à fonctionner dans les situations floues, peu claires. 50. Je gère bien mon stress dans les situations incertaines ou peu claires.	Inspiration	Dignité
Créativité, imagination	5. Je suis curieux et je cherche toujours à découvrir. 11. Je peux imaginer comment faire marcher les choses. 23. Je préfère agir selon les vieilles méthodes. 38. J'ai des difficultés à imaginer l'avenir.	Inspiration	Etat de grandeur
	Motivations		
Réalisation/ Réussite	7. Je veux réaliser quelque chose qui sera reconnu par les autres. 13. Je vise l'excellence dans tout ce que	Marchand	Principe supérieur

Réputation/ Reconnaissance	je fais. 16. Je n'ai de pas difficultés à travailler pour quelqu'un d'autre. 37. Je suis toujours en train de lancer de nouveaux projets. 41. Etre ambitieux est souvent mal vu. 49. Je donne toujours le meilleur de moi-même dans tout ce que je fais.		commun
Pouvoir/ Contrôle	4. Avant de faire quelque chose d'important, je me préoccupe toujours de ce que pensent les autres. 26. Je motive facilement les autres à travailler avec moi. 31. Je n'aime pas influencer les autres. 34. J'aime diriger les autres.	Marchand	Figure harmonieuse/ Forme d'évidence
Défi/Ambition	1. J'aime me donner des défis quand je commence un nouveau projet. 32. Je choisis des projets faciles pour être satisfait de moi. 48. Je ne me sens pas plus ambitieux que les autres.	Marchand	Dignité
Autonomie/ Liberté	20. Je préfère prendre la décision finale. 39. J'aime bien les situations où il faut respecter des règles. 47. Je préfère être mon propre patron.	Marchand	Formule investissement
	Attitudes		
Destin/Effort (risque/ initiative)	10. Pour moi, il est possible d'influencer son destin. 14. Selon moi, il faut beaucoup de chance pour réussir un projet. 18. Pour moi, quand on prend des risques, c'est comme prendre un billet de loterie, le résultat est une question de chance. 24. La réussite s'obtient surtout grâce à la chance. 35. J'essaie toujours de prendre des risques calculés 40. Aujourd'hui, il faut beaucoup d'argent pour créer quelque chose. 45. Je n'ai pas peur de prendre des initiatives.	Opinion/ Industriel	<i>Etat de grandeur/ Répertoire des objets/sujets</i>
Actions/ Temps (succès/échec)	9. Pour moi, ce qui compte, c'est l'action. 21. J'essaie toujours de tirer des leçons de mes échecs. 27. Les situations complexes me bloquent souvent. 29. Après un échec, je suis capable de me relever.	Marchand/ Industriel	Etat de grandeur/ Dignité

	<p>30. Je ne suis pas toujours prêt à faire des sacrifices pour réussir.</p> <p>44. Il y a un temps pour la réflexion, mais il y a surtout un temps pour l'action.</p>		
--	--	--	--

Catégorisons les onze caractéristiques du questionnaire, qui, pour rappel, sont rassemblées en trois dimensions : les motivations, les aptitudes et les attitudes en utilisant notre cadre théorique.

Comme pour le référentiel FAG, nous allons partir des différents mondes associés au questionnaire en y ajoutant les dimensions et principes de la justification pour parachever notre analyse. Ceux-là sont de cinq pour le monde marchand, de quatre pour le monde industriel, de deux pour le monde de l'inspiration et un pour celui de l'opinion.

Pour notre analyse du questionnaire, nous partons du monde le plus représenté, à savoir le monde marchand vers les autres mondes du plus petit au plus grand.

Vers le monde de l'opinion. Il y est associé par l'identification de la marque ou de l'enseigne, de la capacité du vendeur à promouvoir son produit. La notoriété est gage de qualité.

Vers le monde de l'inspiration. Il est très important de s'inspirer de ce monde, c'est lui qui est l'élément déclencheur du projet de création. Il est le vecteur risque toujours nécessaire dans toute activité commerciale. Il préserve de l'inquiétude, du stress et grâce à son intuition, l'acteur maintient la certitude de son activité indépendante.

Vers le monde industriel. Par notre culture de tout organiser, ce monde reconnaît notre efficacité à maîtriser notre projet, à utiliser les outils, moyens pour atteindre nos objectifs. Il définit les tâches que nous devons prévoir dans notre idée de création d'activité par les méthodes et règles formelles appliquées pour le monde marchand.

C'est donc bien le monde marchand qui répond aux lois du marché. C'est la compétition qui dirige le monde marchand. Il s'agit d'abord et avant tout d'y être concurrentiel, de faire des affaires, d'acheter, de vendre, etc. Les acteurs de ce monde sont l'indépendant, le concurrent, l'acheteur, le client, le vendeur. Les relations d'affaires que les acteurs développent entre eux sont des relations d'intérêts telles qu'acheter, vendre ou encore négocier.

Présentation des résultats de l'enquête par questionnaire

L'objet de ce chapitre est l'analyse des caractéristiques individuelles des auditeurs de la FAG qui ont répondu au questionnaire.

La collecte des données s'est donc effectuée par le biais du questionnaire « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? » (Annexe 2), lequel a été administré à deux occasions. La première phase s'est déroulée en septembre-octobre 2017 dès le début de la formation, puis, la seconde phase a eu lieu en janvier et février 2018 en fin de cycle.

L'ensemble des données recueillies a été intégrée dans une base de données du logiciel Le Sphinx©. Les données complètes sont reprises en tableau sous format Excel® (Annexe 3).

Méthode d'analyse des données

Après avoir collecté les données sur fichier Excel® par l'application Le Sphinx©, nous avons dû utiliser deux clés de recodage pour des résultats non exploitables (trop peu de réponses sur les items). Celles-ci concernent le profil de l'auditeur.

Tableau 8 : Clé de recodage diplôme

Diplôme	Phase 1	Phase2	Total	Clé recodage
Certificat d'apprentissage	40	36	76	Diplôme Alternance
Diplôme de Chef d'entreprise	5	7	12	Diplôme Alternance
Diplôme du CEFA	9	11	20	Diplôme Alternance
Enseignement secondaire inférieur	46	35	81	Secondaire inférieur
Enseignement secondaire supérieur	119	99	218	Secondaire supérieur
Enseignement supérieur de type court	27	23	50	Supérieur ou Université
Enseignement supérieur de type long	1	3	4	Supérieur ou Université
Enseignement universitaire	9	13	22	Supérieur ou Université
Pas de diplôme ou diplôme de l'enseignement primaire	15	11	26	CEB ou Sans diplôme
Total général	271	238	509	

La première clé de recodage a regroupé les possibilités de réponses accessibles aux répondants (9 propositions) en cinq catégories.

Tableau 9 : Clé de recodage profil professionnel

Situation professionnelle	Phase 1	Phase 2	Total	Clé recodage
Autre(s)	21	36	57	Autre(s)
Cadre	4	5	9	Employé ou Indépendant
Employé	56	57	113	Employé ou Indépendant
Indépendant et/ou dirigeant d'entreprise	8	12	20	Employé ou Indépendant
Ouvrier	74	53	127	Ouvrier
Sans	108	75	183	Demandeur d'emploi
Total général	271	238	509	

La deuxième clé de recodage a regroupé les possibilités de réponses accessibles aux répondants (6 propositions) en quatre catégories.

Résultat du questionnaire

Nous avons pu recueillir 271 questionnaires exploitables lors de la première phase et 238 lors de la deuxième phase. Les écarts de participation peuvent se justifier par une fluctuation du taux de présence des auditeurs le jour où a été demandé de compléter le questionnaire en ligne.

Cette population suffisante ou panel nous permet de faire une analyse des réponses sur les dimensions motivations, aptitudes et attitudes et de mesurer les différences entre les deux phases.

Caractéristiques socio-démographiques

Tableau 10 : Age & genre

Age	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 25 ans	110	106	216	41%	45%	42%
25 ans et +	161	132	293	59%	55%	58%
Total général	271	238	509	100%	100%	100%
Genre	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
Un homme	142	131	273	52%	55%	54%
Une femme	129	107	236	48%	45%	46%
Total général	271	238	509	100%	100%	100%

Au niveau de la structure d'âge et du genre, deux situations se dégagent : d'une part une proportion à peine plus grande pour le genre masculin et, d'autre part plus de 40% sont concentrés dans la classe d'âge de moins de 25 ans. Cela s'explique par le pourcentage des auditeurs ayant un diplôme soit d'alternance, soit de secondaire inférieur (voir infra).

Nous n'avons pas trouvé l'existence d'une interaction entre âge et genre pour les auditeurs FAG ayant répondu au questionnaire.

Profil socio-économique

Tableau 11 : Niveau d'études

Diplôme	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
CEB - Sans diplôme	15	11	26	6%	5%	5%
Diplôme Alternance	54	54	108	20%	23%	21%
Secondaire inférieur	46	35	81	17%	15%	16%
Secondaire supérieur	119	99	218	44%	42%	43%
Supérieur ou universitaire	37	39	76	14%	16%	15%
Total général	271	238	509	100%	100%	100%

La compilation des informations collectées à la fin du questionnaire, plus particulièrement le type d'enseignement, ont mis en lumière certains aspects. Nous nous sommes penchés sur les résultats et nous constatons que le panel se compose des auditeurs qui ont suivi une formation en alternance (21%) ainsi que des étudiants de plein exercice qui n'ont pas terminé avec fruit leur cycle scolaire (16%). Le restant est composé, de diplômés de l'enseignement secondaire supérieur désirant suivre une filière d'enseignement dispensé par des professionnels justifiant une pratique en entreprise plutôt que le système d'éducation dit *ex cathedra* (43%). Nous concluons que cette composition est fidèle aux auditeurs qui fréquentent les formations continuées du réseau Ifapme.

Dans le cadre du cours de la formation accélérée à la gestion, on dénombre aussi 5 % de CEB et sans diplôme, et de 15% disposant d'un diplôme de l'enseignement supérieur. Pour les titulaires du CEB et sans diplôme, cela s'explique par la possibilité qu'ils ont de passer un examen d'entrée dans le cadre de la validation des acquis de l'expérience (VAE). Pour

l'enseignement supérieur et universitaire nous en déduisons qu'ils sont inscrits dans une recherche d'informations et de bonnes pratiques puisqu'ils ne doivent pas en principe répondre à l'Arrêté royal du 21 octobre 1998.

Tableau 12 : Statut socio-professionnel

Situation	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
Autre(s)	21	36	57	8%	15%	11%
Demandeur d'emploi	108	75	183	40%	32%	36%
Employé ou Indépendant	68	74	142	25%	31%	28%
Ouvrier	74	53	127	27%	22%	25%
Total général	271	238	509	100%	100%	100%

Ce tableau illustre combien le statut socio-professionnel permet de dissocier les auditeurs FAG.

Le demandeur d'emploi représente 36% du total général. Cela s'explique par le désir de créer son propre emploi. Comme pour les ouvriers, c'est le nombre de demandeurs d'emploi qui diminue le plus fortement entre les deux phases.

Pour l'employé, l'indépendant et l'ouvrier (53%), cela s'explique par le désir de changement d'orientation professionnelle ainsi que d'une recherche de liberté et d'autonomie.

Dans de nombreuses études, les candidats créateurs disent vouloir se libérer du statut employé qui n'est plus satisfaisant pour leur devenir (Capron, 2009, p.231).

Le taux de 11% pour les autres, représente les inactifs, les personnes au foyer, c'est là que l'on retrouve le nouveau statut d'aidant-familial.

Les seules variables de contrôle utilisées dans cette recherche sont le niveau d'étude et le type d'enseignement suivi, le genre des répondants et l'occupation professionnelle.

Présentation des résultats par dimensions

Tableau 13 : Résultats globaux en %

Dimensions	Phase 1	Phase 2	Différence
Motivations/réussite-réalisation & réputation-reconnaissance	79,2	79,1	-0,1
Motivations/pouvoir-contrôle	78,7	78,2	-0,5
Motivations/défi-ambition	80,0	80,3	+0,3
Motivations/autonomie-liberté	64,5	65,3	+0,9
Total motivations	75,2	75,4	+0,1
Aptitudes/persévérance-détermination	86,4	86,7	+0,3
Aptitudes/confiance-enthousiasme	79,6	79,4	-0,2
Aptitudes/tolérance au stress-à l'incertitude & intuition-flair	66,9	67,8	+0,9
Aptitudes/créativité-imagination	80,7	81,3	+0,7
Total aptitudes	78,0	78,4	+0,4
Attitudes/destin-effort & risque-initiative	68,9	68,4	-0,5
Attitudes/actions-temps & succès-échec	81,6	82,0	+0,4
Total attitudes	75,0	75,0	-0,1
Total général	75,7	75,9	+0,2

L'analyse des évolutions, ici présentée, cherche à identifier les dimensions et caractéristiques qui enregistrent des évolutions statistiquement significatives entre les deux phases. Avant de se prêter à cet examen, il est toutefois nécessaire de rappeler une limite importante à leur interprétation : le temps écoulé entre les deux phases est très court (3 mois). Cette période peut ne pas être suffisante pour déceler des changements substantiels dans les caractéristiques entrepreneuriales des auditeurs.

Six écarts sont statistiquement significatifs (au seuil de 4%), il s'agit des dimensions autonomie-liberté, tolérance au stress, créativité-imagination et actions-temps pour l'augmentation et pour la diminution de pouvoir-contrôle et destin-risque.

La mesure de l'évolution des réponses permet de garder l'optimisme du départ des 75,7% à disposer des motivations, aptitudes et attitudes du profil de créateur d'activité en le renforçant de deux points. Cette augmentation n'est pas statistiquement significative.

Un autre écart statistiquement significatif est celui par rapport au niveau du total général (75,8%) pour les résultats de plus de 80%, en l'occurrence les dimensions défi-ambition

(80,2%), persévérance-détermination (86,5%), créativité-imagination (81,0%) et actions-temps (81,8%), ainsi que les dimensions en dessous de 70% pour l'autonomie-liberté (64,9%), la tolérance au stress (67,4%) et le destin-risque (68,6%).

Tableau 14 : Total général Phase 1 : 75.7% Phase 2 : 75.9% Différence : +0.2

Total général	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	33	37	70	12%	16%	14%
[70 ; 75[81	53	134	30%	22%	26%
[75 ; 80[84	78	162	31%	33%	32%
80 et +	73	70	143	27%	29%	28%
Total général	271	238	509			

Comme le souligne ce tableau, seulement 14% des répondants ont un score inférieur à 70%. Nous pouvons dire que la grande majorité des auditeurs présente plusieurs des aptitudes, attitudes et motivations nécessaires à un profil entrepreneurial

Nous allons analyser de manière approfondie les dimensions et caractéristiques dont il existe un écart statistique significatif entre les deux phases et pour les résultats au-dessus de 80% en en-dessous de 70%.

Motivation

Les motivations : elles sont nombreuses, elles sont généralement le déclencheur de l'esprit d'entreprendre, elles rencontrent le désir de reconnaissance ainsi que le besoin primaire de tout individu c'est-à-dire la liberté et l'autonomie.

Motivations/pouvoir-contrôle

Tableau : 15 Taux pouvoir-contrôle Phase 1 : 78.7% Phase 2 : 78.2% Différence : -0.5

Motivation/Pouvoir	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	45	44	89	17%	18%	17%
[70 ; 75[35	31	66	13%	13%	13%
[75 ; 80[43	43	86	16%	18%	17%
80 et +	148	120	268	55%	50%	53%
Total général	271	238	509			

C'est une des deux dimensions où est marquée une différence de 5% entre les deux phases. C'est dans les résultats supérieurs à 80% que cette différence est la plus conséquente. La formation FAG a conduit les plus enthousiastes à se remettre en question lors de la deuxième phase, mais cela ne diffère en rien le résultat total de la dimension motivation.

Ces auditeurs ont une forte personnalité, on les catégorise dans le leadership, ils aiment fixer et contrôler les objectifs, ils recherchent la réussite financière par les résultats. On les retrouve dans le monde « marchand » avec pour principe la « figure harmonieuse et la forme de l'évidence ».

Motivations/défi-ambition

Tableau : 16 Taux défi/ambition Phase 1 : 80.0% Phase 2 : 80.3% Différence : +0.3

Motivation/Défi	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	28	23	51	10%	10%	10%
[70 ; 75[36	28	64	13%	12%	13%
[75 ; 80[41	43	84	15%	18%	17%
80 et +	166	144	310	61%	61%	61%
Total général	271	238	509			

Ici plus de 60% des auditeurs obtiennent un résultat de plus de 80%. Cette dimension marque la motivation des auditeurs à fixer leurs propres objectifs et à les contrôler, à relever des défis en fixant leurs propres critères d'excellence. On y retrouve le monde « marchand » par son principe de « dignité ». Il montre très bien la volonté des candidats créateurs d'entreprise à atteindre leur désir de réussir leur projet d'affaires.

Motivations/autonomie-liberté

Tableau 17 : Taux autonomie/liberté Phase 1 : 64.5% Phase 2 : 65.3 % Différence : +0.9

Motivation/ Liberté	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	202	165	367	75%	69%	72%
[75 ; 80[33	35	68	12%	15%	13%
80 et +	36	38	74	13%	16%	15%
Total général	271	238	509			

Dans ce tableau, en phase 1, on remarque que par le peu de résultats, le plus bas de notre enquête, les auditeurs sont dans l'expectative et l'inquiétude du changement de leur situation. La formation FAG y apporte la différence positive la plus conséquente. Il est vrai que vouloir être son propre patron, ne plus être sous l'autorité de quelqu'un d'autre, aimer diriger et influencer pour réussir dans son projet, vouloir accéder à son statut et affirmer son désir de considération ne sont pas des caractéristiques rencontrées dans notre société. Dans notre analyse, il est repris dans le monde « marchand » avec pour principe la « formule d'investissement ».

Total général des motivations

Tableau 18 : Taux total motivations Phase 1 : 75.2% Phase 2 : 75.4% Différence : +0.1

Total motivations	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	63	49	112	23%	21%	22%
[70 ; 75[58	56	114	21%	24%	22%
[75 ; 80[68	57	125	25%	24%	25%
80 et +	82	76	158	30%	32%	31%
Total général	271	238	509			

Les auditeurs par leurs réponses au questionnaire sont bien conscients des freins et obstacles qu'ils doivent surmonter

Aptitudes

Les aptitudes : ce sont les capacités qui sont les plus appropriées au profil entrepreneurial.

Aptitudes/persévérance-détermination

Tableau 19 : Taux persévérance-détermi. Phase 1 : 86.4 % Phase 2 : 86.7% Différence : +0.3

Aptitude/ Persévérance	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	16	15	31	6%	6%	6%
[75 ; 80[32	24	56	12%	10%	11%
80 et +	223	199	422	82%	84%	83%
Total général	271	238	509			

Avec une prééminence des résultats de plus de 80%, on est dans l'envie, l'énergie, le dynamisme d'investissement total de son projet. L'auditeur est constamment dans ce qu'il fait, au moment où il le fait. C'est le monde « industriel » avec le principe de « grandeur »

Aptitudes/tolérance au stress & à l'incertitude & intuition-flair

Tableau 20 : Taux tolérance/incertitude Phase 1 : 66.9 % Phase 2 : 67.8 % Différence : +0.9

Aptitudes/ Tolérance	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	156	132	288	58%	55%	57%
[70 ; 75[35	25	60	13%	11%	12%
[75 ; 80[48	50	98	18%	21%	19%
80 et +	32	31	63	12%	13%	12%
Total général	271	238	509			

De nouveau, on constate une moyenne de résultats faibles et une différence positive due à la formation. Il est vrai, que pour l'ensemble des auditeurs FAG, ils n'ont aucune connaissance des conditions difficiles, inhabituelles pour eux du statut d'indépendant. Ils savent qu'ils doivent acquérir les outils leur permettant de maîtriser les zones d'incertitude, de ne pas craindre le changement et accepter que le stress soit un stimulant positif, un incitant à l'action. Ces aptitudes se retrouvent dans le monde de « l'inspiration » avec pour principe la « dignité ».

Aptitudes/créativité-imagination

Tableau 21 : Taux créativité-imagination Phase 1 : 80.7 % Phase 2 : 81.3% Différence : +0.7

Aptitudes/ Créativité	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	27	20	47	10%	8%	9%
[70 ; 75[22	22	44	8%	9%	9%
[75 ; 80[90	77	167	33%	32%	33%
80 et +	132	119	251	49%	50%	49%
Total général	271	238	509			

Deux critères d'analyse sont rencontrés, celui du résultat supérieur à 80% et celui d'une différence positive entre les deux phases. C'est le monde de « l'inspiration » qui est le moins représenté dans la justification du monde « marchand », ces résultats s'expliquent par le fait que chaque individu est un doux rêveur, aime les idées originales et aime les concrétiser et rechercher des nouveaux concepts. Il a pour principe « l'état de grandeur ».

Total aptitudes

Tableau 22 : Taux total aptitudes Phase 1 : 78.0 % Phase 2 : 78.4 % Différence : +0.4

Total aptitudes	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	38	32	70	14%	13%	14%
[70 ; 75[51	47	98	19%	20%	19%
[75 ; 80[68	51	119	25%	21%	23%
80 et +	114	108	222	42%	45%	44%
Total général	271	238	509			

Les aptitudes sont en fait des compétences latentes qui se sont développées au fil de la formation, l'auditeur pourra y faire appel en fonction des circonstances rencontrées lors de son activité.

Attitudes

Les attitudes : elles permettent la construction de son projet, le monde qui entoure les individus dicte le chemin du changement par l'action, la perception y joue le rôle de déclenchement dans la modification de l'environnement de l'acteur.

Attitudes/destin-effort & risque-initiative

Tableau 23 : Taux destin & risque Phase 1 : 68.9 % Phase 2 : 68.4 % Différence : -0.5

Attitudes/ Destin	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	126	115	241	46%	48%	47%
[70 ; 75[67	58	125	25%	24%	25%
[75 ; 80[64	62	126	24%	26%	25%
80 et +	14	3	17	5%	1%	3%
Total général	271	238	509			

Les auditeurs sont méfiants du risque qu'ils doivent prendre pour s'engager dans leur projet, ils ne veulent pas se reposer sur leur intuition, ils acceptent l'investissement tant que la prise de risque est calculée et ils refusent de s'en remettre à la chance ou au destin. A noter que la différence négative est pour les résultats de 80% et différence était déjà marginale lors de la première phase. Les plus optimistes ont disparu lors de la formation. Le monde « industriel » et le « répertoire des objets/sujets » en sont le moteur principal.

Attitudes/actions-temps & succès-échec

Tableau 24 : Taux actions & succès Phase 1 : 81.6 % Phase 2 : 82.0 % Différence : +0.4

Attitudes/ Action	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	16	19	35	6%	8%	7%
[70 ; 75[28	19	47	10%	8%	9%
[75 ; 80[50	37	87	18%	16%	17%
80 et +	177	163	340	65%	68%	67%
Total général	271	238	509			

Deux dimensions statistiques à prendre avec attention, l'acteur de l'action croit en la nécessité du changement pour parvenir au succès, il crée les occasions, il est prêt à s'adapter à toute nouvelle situation rencontrée. La différence de résultat suite à la formation se manifeste chez les plus sceptiques et les plus optimistes. Le monde « Industriel » ainsi que le principe de « dignité » sont à prendre en considération.

Total attitudes

Tableau 25 : Taux total attitudes Phase 1 : 75.0 % Phase 2 : 75.0 % Différence : -0.1

Att	Phase 1	Phase 2	Total général	Phase 1	Phase 2	Total général
< 70	42	39	81	15%	16%	16%
[70 ; 75[77	59	136	28%	25%	27%
[75 ; 80[82	81	163	30%	34%	32%
80 et +	70	59	129	26%	25%	25%
Total général	271	238	509			

Les attitudes sont le reflet de nos résultats, ils correspondent à la moyenne générale, ils ne fluctuent pas entre les deux phases. Elles sont le chaud et le froid de la mise en œuvre du projet de création d'activité de tous les auditeurs FAG.

Conclusion des résultats du questionnaire

Les résultats montrent que les auditeurs qui ont répondu au questionnaire semblent avoir des motivations, aptitudes et attitudes relativement conformes à celles que l'on peut retrouver chez les entrepreneurs.

Les résultats montrent que les auditeurs sont surtout motivés par le besoin d'accomplissement ou de réalisation personnelle, par le désir de devenir leur propre patron, par défi.

Les résultats changent au fur et à mesure de l'avancement de la formation FAG, mais dans l'ensemble les changements sont incrémentaux. La dimension de changement permet de mesurer le profil entrepreneurial et de comprendre s'il y a eu transformation du projet, de quel ordre et avec quelle intensité elle se produit.

L'étude n'étant pas une recherche effectuée en laboratoire, il était donc impossible de maîtriser toutes les variables explicatives et les différentes influences du phénomène que nous voulions explorer, à savoir les comportements des auditeurs lors de la formation FAG en analysant les savoir, les savoir-être et les savoir-faire repris dans le référentiel de formation de gestion de base. De plus, notre panel ne reflète pas l'ensemble de la population de la région wallonne qui s'engage dans la création d'une entreprise.

Conclusion générale

Ce travail avait pour objectif d'analyser la façon dont les auditeurs de la formation accélérée à la gestion (FAG) justifiaient leur nécessité à accéder à l'obtention d'un certificat de gestion de base. Notre hypothèse de recherche était de pouvoir mesurer par un outil que l'ensemble des auditeurs avaient un besoin de reconnaissance légal pour pouvoir exercer une activité indépendante et non le désir de rechercher une formation capable de répondre à l'accomplissement et à l'aboutissement de leur projet.

Le référentiel

Nous avons utilisé comme premier matériel le référentiel de gestion de base de l'Ifapme qui définit les tâches attendues pour obtenir l'autorisation réglementaire à exercer un métier sous licence, à savoir celui d'indépendant.

Selon Muller (1990), le référentiel de connaissance de base est un « référentiel de la performance publique » qui modélise les modes de la gestion publique à la référence institutionnalisée du « néo-libéralisme » (p. 83). Le référentiel FAG ne constitue donc pas un simple règlement qui gère des groupes en compétition, est le résultat entre la place du groupe dans la division du travail et l'identité construite à partir de cette place (p. 61).

Le référentiel FAG répond à toutes « les missions » confiées par le gouvernement à tout candidat créateur d'entreprise, celles-ci correspondent à la Loi-programme du 10 février 1998 pour la promotion de l'entreprise indépendante. Ce Décret a pour disposition de remplir, à la quasi-satisfaction, les demandes des représentants et commanditaires économiques. Il a, malgré lui, certains manquements à savoir la capacité humaine à créer et l'investissement sans la contrainte.

Nous avons construit une correspondance entre les justifications de Boltanski et Thevenot (1991) et le référentiel FAG en utilisant le cadre théorique que nous avons établi pour l'esprit d'entreprendre.

Nous en concluons que le référentiel FAG est un construit étatique qui émane de notre société néolibérale.

Le questionnaire

Le deuxième matériau est l'outil « Avez-vous le profil d'un entrepreneur ? ». Ce questionnaire validé scientifiquement a été utilisé car il permet de déceler les caractéristiques nécessaires à l'activité d'indépendant. Celles-ci sont au nombre de trois : les motivations, les aptitudes et les attitudes.

La grammaire des « Economies de la Grandeur » (Bolstanski & Thevenot, 1991) a permis de distinguer les motivations, aptitudes et attitudes des auditeurs candidat-entrepreneur en analysant leurs réponses. On retrouve ceux-ci principalement dans les mondes de « l'inspiration », « industriel » et « marchand ». Les « économies de la grandeur », par leurs « idéaux-types ou mondes » ont permis de mettre en cohérence les justifications qui sont mobilisées par les créateurs d'entreprise, en premier lieu les personnes, les objets, les représentations, les figures relationnelles qui sont autant de situations perçues par les auditeurs, en dernier lieu, les mondes où les sujets valorisent les états de grandeur pour s'accorder à un principe supérieur commun.

Quand plusieurs mondes se rencontrent, ce qui est le cas du référentiel FAG et du questionnaire, une solution, un arrangement ou un compromis s'expriment sous forme de convention entre sujets qui restent chacun dans leur monde afin d'obtenir un accord stable construits avec les objets provenant de chacun des mondes.

Pour le questionnaire, la justification est le monde marchand qui répond aux lois du marché.

Résultats

Un panel de 271 répondants pour la première phase et un autre de 238 lors de la deuxième phase nous ont permis de réaliser une analyse des résultats.

Avant de parler des résultats, cette étude doit être considérée comme une photographie du profil entrepreneurial des auditeurs de la FAG pour une session donnée. Elle a permis de mettre l'accent sur certains aspects qui ont pu être développés lors de la formation. Ces premiers constats demandent à être corroborés par une étude plus élaborée dans la durée et elle mérite aussi une comparaison à d'autres candidats créateurs d'activité.

Bien que le questionnaire ait été administré à un large panel (autour de 500 personnes, pour les deux phases), l'analyse des résultats est surtout qualitative et non pas seulement quantitative. Au niveau de l'interprétation des résultats, ce n'était pas tant de savoir le pourcentage d'auditeurs qui avait développé telle dimension ou telle autre qui importait mais davantage d'identifier les caractéristiques qui ressortaient le plus, de constater des écarts éventuels, et aussi d'identifier les raisons principales de ces écarts.

On peut déjà affirmer que leur savoir et leur savoir-faire ont quelque peu progressé, ainsi que leur savoir-être. Comme l'apprentissage est basé sur la collaboration entre auditeurs, il a permis d'enrichir leur savoir, leur savoir-être et leur savoir-faire. Cela est dû aux échanges entre les auditeurs et leurs formateurs qui sont avant tout des professionnels en activité, désireux de transmettre leurs savoirs différents.

Aucun spécialiste ne dira qu'un instrument peut prédire le futur. De même, ce type de questionnaire n'est qu'un indicateur, un outil. Trop d'éléments factuels (antécédents, déclencheurs, ressources, circonstances particulières, etc.) peuvent intervenir. Les résultats obtenus fournissent plutôt une base à la sensibilisation et à la réflexion personnelle.

Cette analyse a permis de faire un état des lieux de la relation des auditeurs FAG à la création d'entreprise en vue de tirer au tant que possible des indicateurs d'actions pédagogiques et des propositions de recherche pour améliorer l'efficacité de la formation en gestion de base.

On doit favoriser et parler de pédagogie par projet de création d'activité et non réglementer les actions des individus en matière de création d'activité.

L'offre de formation en matière de création d'entreprise est mal connue et doit être valorisée afin d'être l'outil de référence en Région wallonne. Elle remédie à corriger les carences individuelles des candidats créateurs d'activité et elle permet un accompagnement efficace à toute réalisation de projet d'activité.

Dans les réponses du questionnaire, il y a une forte demande de la part des candidats à découvrir par eux-mêmes le cheminement de la création d'entreprise, d'apprendre comment mener à bien un projet, de se sentir capable de se réaliser, de se concrétiser en réussite et surtout de ne pas le vivre comme une contrainte.

L'auditeur qui veut créer son entreprise peut le faire par obligation ou par nécessité (créer son emploi), mais, nous concluons que l'auditeur qui choisit librement de créer son entreprise a

plus de chances de bien réussir son projet. S'il cherche à se réaliser à travers son projet, il s'investira davantage, il ne comptera pas son temps et ses efforts, il cherchera à bien contrôler les facteurs de réussite et de développement de son entreprise (connaissance du marché, affectation des ressources...).

Mais derrière ce satisfecit qu'est le référentiel de gestion de base, les gouvernants rappellent que tout gestionnaire et créateur d'entreprise se doit d'appliquer la politique publique instaurée par « Décret » de manière « loyale » et « efficace ».

Nous sommes contre la bureaucratisation c'est-à-dire être entre les mains des technocrates. Il est nécessaire de s'en protéger parce qu'elle pourrait étouffer l'esprit d'entreprendre. Nous pensons connaître suffisamment la bureaucratie pour savoir que ce n'est pas là qu'on a le plus de gens qui prennent des risques. C'est même plutôt l'inverse. Pourtant, pour entreprendre, on a besoin d'initiative, d'esprit d'entreprendre et de prise de risques. La réussite a plusieurs pères, l'échec n'en a qu'un. L'entrepreneur n'a pas besoin de Décret pour réussir, il sait que s'il se « plante », il sera l'unique responsable, cela ne lui fait pas peur et il assume ce risque toute sa vie.

Génération Y

Nous devons enfin parler de la réforme de l'Etat et de la régionalisation des accès à la profession. La 6ème réforme de l'Etat prévoit une régionalisation des compétences liées à l'accès à la profession à partir du 1er juillet 2014. Les Régions exercent pleinement la compétence.

Avant la mise en œuvre de cette nouvelle politique publique de la Région wallonne, nous rappelons à nos dirigeants de ne pas oublier la génération Y, en citant Becker, qui dans son œuvre *Outsider* (1987, pp 152-155) nous informe que notre société s'impose par des éléments de droit, des « normes spécifiques », mais ces règles ne comportent que des valeurs de choix politique qui dictent le chemin sans laisser les acteurs maîtres de leur destin.

Et plus près de chez nous, les deux auteurs, Gomez-Breyse & Jaouen (2012, p.21) dans leur livre *L'entrepreneur au 21e siècle*, nous informent que la société change et que la génération Y a des comportements entrepreneuriaux issus d'une nouvelle ère de modernité que cette génération est le contraire de l'entrepreneur classique, au sens schumpétérien du terme, qui recherche l'indépendance et le profit, à partir d'un savoir-faire ou d'une innovation.

L'individu hypermoderne de la génération Y est solitaire et veut gérer sa vie et son temps, il est à la fois « produit et producteur. »

Bibliographie

Amblard H., Bernoux P., Herreros G., Livian Y., (2005), *Les nouvelles Approches sociologiques des organisations*, Paris, Ed. du Seuil, (3^e édition augmentée 1996).

Becker H-P. (1985), *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*, traduit par Briand et Chapoulie, Paris, Editions A.-M ; Métailié, (1^{er} Ed. 1963).

Bernoux P. (2009), *La sociologie des organisations*, Paris, Edition du Seuil, (1^{er} éd. 1985).

Bernoux P. (2009), *La sociologie des entreprises*, Paris, Edition du Seuil, (1^{er} éd. 1995).

Boltanski L., Chiapello E. (2011), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Editions Gallimard, (1^{er} Ed. 1999).

Boltanski L., Thévenot L. (1991), *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Editions Gallimard.

Bourdieu P. (1994), *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Editions du Seuil.

Capron H. (2009), *Entrepreneuriat et création d'entreprise. Facteurs déterminants de l'esprit d'entreprise*, Bruxelles, Editions De Boeck Université.

Commission européenne (2003), *Livret Vert « L'esprit d'entreprise en Europe »*, <http://insme.org/files/107>, (page consultée le 29/11/15) [Pdf, en ligne].

Commission européenne (2014), *Programme européen. Mesure I.1.4. : Economie 2020 : « Accompagnement et soutien à l'entrepreneuriat »*, http://europe.wallonie.be/sites/default/files/CP%20GW%202017%2007%2013_sans%20visio%20n%20modif.pdf, (page consultée le 14/10/15) [Pdf, en ligne].

Crozier M (1963), *Le phénomène bureaucratique*, Paris, Edition du Seuil.

Crozier M., Friedberg E. (1977), *L'acteur et le système*, Paris, Edition du Seuil.

Dubar C. (2000), *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, Armand Collin.

Elias N. (1991), *La Société des individus*, traduit de l'allemand par Jeanne Etoré, Paris, Librairie Arthème Fayard (1^{er} Ed. 1987).

Gasse Y., Tremblay, M. (2005), *Sensibilisation à l'entrepreneuriat : Construction et validation empirique d'un outil pratique*, Université Laval, Québec sur <http://www.fsa.ulaval.ca/sirul/2005-013.pdf> (page consultée le 17/12/2016) [Pdf, en ligne].

Giacomin O., Guyot J-L., Janssen F., Lohest O. (2006), « Logique d'action des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne : identité et dynamique push-pull », *Working paper*, 12/2006, CRESIS, School of Management, Université catholique de Louvain.

Gomez-Breysse M., Jaouen, A. (dir.) (2012), *L'entrepreneur au 21^e siècle. Reflet des évolutions sociétales*, Paris, Dunod.

Gouvernement wallon, Déclaration de politique régionale (2017) sur <http://gouvernement.wallonie.be/files/Documents/DPR%202017-2019/DPR%20MR-CDH2017.pdf> (page consultée le 29/11/17) [Pdf, en ligne].

Guyot J-L., Mainguet C., Van Haeperen B. (eds) (2005), *La formation professionnelle continue. Enjeux sociétaux*, Bruxelles, Editions De Boeck Université.

Guyot J-L., Vandewattyne J. (2008), *Les logiques d'action entrepreneuriale. Le cas des primocréateurs d'entreprise en Région wallonne*, Bruxelles, Editions De Boeck Université.

Hughes E-C. (1996), *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, Editions de l'Ecole des hautes études en sciences sociales.

Huizinga J. (1951), *Homo ludens. Essai sur la fonction sociale du jeu*, traduction de Cécile Seresia, Paris, Edition Gallimard.

Ifapme (2017), *Dossier de Formation, Connaissance de gestion de base*, Charleroi, Copyright IFAPME – Service FormationPME.

Kearney P., Surlémont B (2009), *Pédagogie et esprit d'entreprendre*, Bruxelles, Editions De Boeck Université.

Lescoumes P., Le Galès P. (2012), *Sociologie de l'action publique. Domaines et approches*, Paris, Armand Colin, (2^e Ed.).

Moniteur Belge (1998), *Arrêté royal du 21 octobre 1998 portant exécution du chapitre 1er du Titre II de la loi-programme du 10 février 1998 pour la promotion de l'entreprise indépendante*, Bruxelles, Moniteur belge, 19 novembre 1998, Numac : 1998016307. En ligne http://www.ejustice.just.fgov.be/doc/rech_f.htm.

Muller p. (2013), *Les politiques publiques*, Paris, Presse Universitaire de France, (1^{er} Ed. 1990).

Olson M. (2011), *Logique de l'action collective*, traduction de Mario Levi, Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles, (1^{er} Ed. 1965).

Quivy R., Van Campenhoudt L. (2006), *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Dunod, (4^e éd.).

Rawls J. (2009), *Théorie de la justice*, traduction de Catherine Audard, Paris, Edition du Seuil, (1^{er} Ed 1987).

Rawls J. (2008), *La justice comme équité. Une réformation de « Théorie de la justice »*, traduction de Bertrand Guillaume, Paris, Editions La Découverte, (1^{er} Ed. 2003).

Scieur P. (2011), *Sociologie des organisations. Introduction à l'analyse de l'action collective organisée*, Paris, Armand Colin, (3^e éd.).

Weber M. (1964), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Press Pocket, (1^{re} éd. 1920).

Résumé

Notre hypothèse de recherche : Quelles sont les logiques d'action entrepreneuriale des auditeurs lors de leur parcours pendant la « formation accélérée à la gestion » ? a été initiée en notre qualité de membre du personnel de l'Ifapme. Nous l'avons testée par un questionnaire en ligne : « Avez-vous le profil d'entrepreneur ? ». Ce questionnaire a été complété par des candidats créateurs d'entreprise lors du cours de formation continue du référentiel de gestion de base. Afin d'exploiter ce questionnaire avec pertinence, nous avons théorisé avec Boltanski & Thévenot (1991).

Ce dépouillement a été effectué en deux phases distinctes, en début et fin de cycle de formation, il a rencontré et vérifié notre hypothèse de recherche, à savoir que les logiques d'action entrepreneuriale n'ont pas été influencées par la formation accélérée à la gestion pour les auditeurs de l'Ifapme.

Mots clefs

Politique publique, entrepreneuriat, référentiel, logiques d'action, justifications, mondes, acteurs, motivation, aptitude, attitude