

10^{ème} Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

AEI DAKAR – 6,7 et 8 décembre 2017

Comment "Benjamin Button" ... lutte contre le temps?

Effet de la tendance au rajeunissement sur la formation de l'intention

entrepreneuriale chez les personnes âgées

*Adnane Maalaoui**

Judith Partouche

Imen Safraou

PSB Paris School Of Business

59 Rue nationale

75013, Paris, France

mail : a.maalaoui@psbedu.paris*

Résumé:

Ce papier de recherche propose d'explorer les raisons qui amènent les seniors à entreprendre malgré leur âge avancé. Pour enquêter sur ce nouveau phénomène, nous avons tenté de mettre en relief certains travaux en psychologie et en marketing concernant la tendance d'âge subjectif. En effet, les seniors suivant des mécanismes de défense intrinsèques, convoient vers deux tendances : le rajeunissement et le vieillissement. En mobilisant la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), nous avons au travers d'une méthodologie quantitative démontré l'influence directe de la tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale chez les seniors. Par ailleurs, nous avons mis en exergue que les normes subjectives jouent le rôle de médiation dans la relation tendance au rajeunissement et intention entrepreneuriale.

Mots clés : seniors, intention entrepreneurial, vieillissement, âge Subjectif, tendance au rajeunissement, médiation

1. Introduction

La sénilité démographique est une manifestation sérieuse qui caractérise notre siècle. Au 1er Janvier 2000, plus de 19 millions de français sont des personnes âgées. Ils seront 25 millions en 2020 et 30.5 millions en 2050 (Chevalier, 2000). Il s'agit également d'une cible à fort potentiel économique avec un pouvoir d'achat important. Selon une étude CNP Assurances (Novembre 2012), le niveau de vie moyen des retraités en France est presque identique à la moyenne de l'ensemble de la population (19100 euros contre 19 300 euros). Par ailleurs, le passage à la retraite s'accompagne d'une augmentation du temps libre ce qui offre aux seniors la possibilité de consommer davantage, de pratiquer de nouvelles activités de loisirs ou même de nouvelles activités professionnelles. De nouvelles opportunités s'offrent donc à eux afin d'améliorer leur bien-être ainsi que leur développement personnel. Les seniors sont également de plus en plus connaisseurs, utilisateurs et experts du Web (10.5 millions d'internautes français ont plus de 50 ans), ce qui leur permet d'avoir accès rapidement à toute sorte de nouvelles. Cet accès à l'information ainsi qu'à un capital social important fait des personnes âgées un véritable vivier de compétences. Les seniors, contrairement aux préceptes qui renvoient ce public vers des activités classiques comme le tourisme et le repos, vont s'orienter vers activités lucratives qui leur permettent de maintenir un niveau de socialisation et de rémunération important. Une nouvelle tendance est de s'orienter vers des activités entrepreneuriales riches en avantages pécuniaires et en relation humaines qui leur permettrait d'assurer une certaine continuité sociale.

Des recherches sur les entrepreneurs seniors montrent que les personnes âgées ont les capacités nécessaires pour créer et démarrer une entreprise (Singh et DeNoble, 2003 ; Weber et Schaper, 2004), mais qu'ils sont beaucoup moins susceptibles que des individus plus jeunes de se livrer à des activités entrepreneuriales (Curran et Blackburn., 2001 ; Hart et al, 2004). En effet, il a été démontré que la période entre 25 et 34 ans est celle où l'activité entrepreneuriale est à son maximum, et qu'elle diminue quand on avance en âge (Reynolds et al., 2003). Nous supposons que la relation entre l'âge chronologique et la formation de l'intention entrepreneuriale est plus nuancée que précédemment examinée dans la littérature de l'entrepreneuriat.

La notion d'âge dans la recherche en gérontologie a été abordée de différentes manières, avec différents publics et dans différents contextes. Barack et Schiffman (1981) stipulent que l'âge reflète plutôt un sentiment qu'une réalité physique. En effet, la littérature distingue l'âge chronologique de l'âge subjectif. Ce dernier est lié au processus de vieillissement tel que vécu par l'individu senior.

Alors qu'il a été démontré que la segmentation des seniors sur la base de critères objectifs (tels que le revenu, l'âge chronologique, le fait d'être à la retraite ou non, l'expérience de maladies ou non etc) n'explique que relativement leurs comportements (Guiot, 1999), il semble plus pertinent d'introduire des variables liées au vieillissement subjectif. L'âge subjectif en est une, qui mérite un intérêt particulier (Blau, 1956 ; Moschis, 1994, 1996 ; Guiot, 2001, 2006). Cet intérêt est d'autant plus important que des études liées à la théorie des différences du soi (*self-discrepancy theory*) montrent que l'écart entre le soi objectif et le soi subjectif, i.e. l'image de soi, est un élément déclencheur et explicatif du comportement (Higgins, 1987).

Les travaux antérieurs ont révélé qu'un nombre important de personnes âgées se qualifient de « jeunes » ou de « moyennement âgées » (Greco et Swayne, 1992). L'âge subjectif seul ne permet pas d'identifier la tendance à se percevoir plus jeune ou plus âgé que son âge réel. De ce fait, la mesure d'un écart entre ces deux variables est indispensable (Guiot, 2001). La littérature distingue alors deux tendances : une tendance au rajeunissement lorsque l'âge réel est supérieur à l'âge subjectif ; une tendance au vieillissement lorsque l'âge réel est inférieur à l'âge subjectif (Staats, 1996). L'âge subjectif est une variable qui a suscité un intérêt particulier et qui a été assez étudiée en gérontologie et en psychologie (Blau, 1956 ; Moschis, 1994, 1996 ; Guiot, 2001, 2006). Cependant, la plupart des recherches sur cette notion s'orientent de plus en plus sur les tendances d'âge subjectif et plus particulièrement sur les tendances au rajeunissement. Ces notions ont été particulièrement étudiées parmi la cible des seniors afin de mieux comprendre leur comportement et élaborer une segmentation adaptée (Guiot, 1996, 1999).

Néanmoins, à ce jour, peu ou pas de recherches ont été menées afin de mettre en relation la tendance au rajeunissement et la formation de l'intention entrepreneuriale chez les seniors. Il serait donc utile d'explorer cette notion, d'autant plus qu'elle permettrait de mieux comprendre les mécanismes et facteurs qui inciteraient les seniors à créer leur entreprise. A cet effet, le principal objectif de notre étude est d'explorer le rôle de la tendance au rajeunissement chez les personnes âgées, dans la formation de leurs intentions entrepreneuriales. En effet, la tendance au rajeunissement chez les seniors peut constituer un mécanisme de défense face au processus de vieillissement, qui est susceptible d'éveiller une volonté de s'investir dans diverses activités épanouissantes : L'entrepreneuriat pourrait en être une.

Notre article est structuré comme suit La première partie présente les concepts de tendance au rajeunissement et d'intention entrepreneuriale chez les seniors. Elle souligne l'intérêt d'étudier le lien qui pourrait exister entre ces deux concepts. Le développement du cadre conceptuel ainsi que la justification des hypothèses de la recherche feront l'objet de la seconde partie. La troisième partie s'attache à présenter la méthodologie de la recherche, ainsi que les outils de mesure mobilisés. La quatrième partie présente les principaux résultats et leur discussion. Enfin, les limites, les voies futures de recherche et les implications managériales seront évoquées.

2. Développement théorique

2.1. Age subjectif et tendance au rajeunissement

La littérature en sciences de gestion utilise de façon indifférenciée les termes d' « âge perçu », « âge subjectif » ou encore « âge cognitif ». Dans ce travail, nous utiliserons le terme d'âge subjectif. La théorie de l'âge subjectif a été mise en évidence par Tuckman et Lorge (1954), puis par Blau (1956). L'âge subjectif désigne l'âge qu'un individu se donne et est lié à la conscience de son vieillissement et à sa position par rapport à la durée de la vie (Guiot, 1999). En ce sens, c'est l'une des composantes du concept de soi (Blau, 1956 ; Wylie, 1974). Barak et Schiffman (1981) précisent que l'âge que l'individu se donne reflète davantage un sentiment qu'un état physique et s'évalue selon quatre critères : les émotions ressenties, l'apparence physique, les activités et les centres d'intérêt (Barak et Schiffman, 1981).

Cependant, afin d'appréhender la tendance à se rajeunir, il est indispensable de mesurer l'écart entre l'âge réel et l'âge subjectif (Guiot, 2001). La tendance d'âge subjectif est une notion

inséparable de la notion de perception temporelle. Rosenfeld, Kastenbaum et Slater (1964) suggèrent que la tendance d'âge subjectif reflète le sentiment de l'écoulement du temps et peut être considérée comme un indicateur du temps passé comme de celui restant à vivre. Ce sentiment reflète la recherche d'un équilibre entre le désir persistant d'un horizon illimité (le désir d'immortalité) et le sentiment de finitude lié à l'idée de l'approche de la mort. L'écart entre l'âge chronologique et l'âge subjectif peut s'expliquer par une inadéquation perçue entre les croyances et les attentes de l'individu vis-à-vis de son développement (physique, psychologique et social) et les évocations associées à l'âge chronologique.

De plus, l'écart entre l'âge chronologique et l'âge subjectif semble découler en partie des bouleversements personnels et sociaux qui accompagnent les transitions du milieu et de la fin de la vie (Guiot, 2001). Les stratégies d'ajustement au vieillissement utilisées par les seniors pour faire face aux bouleversements liés à l'âge avancé pourraient expliquer la tendance chez les seniors à se percevoir comme plus jeunes que l'âge réel : la tendance au rajeunissement peut s'apparenter à une manifestation d'un processus de défense de l'image de soi. Elle semble provenir d'une volonté de maintenir une cohérence de soi malgré les signes du vieillissement (Dychtwald et Flower, 1989 ; Moschis, 1994). Cette motivation pourra alors par la suite inciter les individus à conserver une image de soi positive, que ce soit en termes d'apparence physique, de capacités, d'objectifs personnels ou d'activités. On retrouve alors l'idée d'un mécanisme de défense lié à la compensation selon le modèle SOC développé par Baltes et Baltes (1990) : les individus s'engagent dans une compensation psychologique qui consisterait à enrichir leurs capacités dans des domaines de choix afin de compenser les déficits liés au vieillissement.

La théorie de la continuité (Atchley, 1996) suggère des mécanismes mis en œuvre par les seniors qui pourraient expliquer l'écart plus ou moins important existant entre l'âge chronologique et l'âge subjectif. Alors que l'âge chronologique a beaucoup été étudié en tant que variable explicative du comportement, la théorie de l'âge subjectif apporte des éléments d'explication complémentaires des comportements (Wilkes, 1992). Plus spécifiquement, la théorie des différences du soi (self-discrepancy theory) précise que l'écart entre le soi objectif et l'image de soi est un moteur des comportements plus important que l'un de ces deux éléments pris séparément (Higgins, 1987).

Dans le champ de la psychologie, des modèles de crises normatives ont été développés afin d'appréhender l'évolution du soi et de l'identité selon l'âge de l'individu. Il existerait une période de la vie variable selon les individus pendant laquelle celui-ci se poserait un certain nombre de questions sur l'image qu'il a de lui-même (Erikson, 1968). La confrontation de la perception liée à sa situation actuelle et la perception de ses réalisations (professionnelles ou privées) est susceptible de générer un âge subjectif distinct de l'âge réel (Guiot, 2001).

D'une part, à un âge avancé, l'individu senior souhaiterait conserver les capacités physiques et sociales qu'il possédait étant plus jeune. D'autre part, les individus seniors souhaiteraient conserver ou du moins retrouver des rôles sociaux qui leur permettraient de valoriser leur place dans la société. Ces deux tendances pourraient alors expliquer un écart important entre l'âge chronologique et l'âge subjectif, et plus spécifiquement la tendance au rajeunissement.

Les recherches existantes montrent que le senior conserverait l'impression d'être toujours la même personne malgré l'âge avancé (Kaufman, 1986 ; Schiffman et Sherman, 1991). Il est

intéressant également de noter que plus l'âge augmente, plus la tendance au rajeunissement augmente (Guiot, 2001). Cette tendance permettrait aux seniors se sentant plus jeunes d'aller vers d'autres types d'activités qui leur assureraient une socialisation et une continuité. Ils s'orienteraient vers des activités génératrices de liens sociaux mais également leur permettraient de créer de la valeur économique et sociale, notamment la création d'activité entrepreneuriale.

Afin de comprendre le rôle joué par la tendance au rajeunissement sur la création d'entreprise par les seniors, nous nous sommes focalisé sur l'étude de l'intention entrepreneuriale et principalement sur la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991).

2.2. L'intention entrepreneuriale et les seniors

Le concept d'intention a été longuement étudié en psychologie et plus récemment en entrepreneuriat. Il est défini par Bird (1992) : «[il] forme un précurseur de la stratégie et la décision stratégique directe. Le désir d'un entrepreneur de réaliser le contrôle sur sa vie professionnelle et sur son bien-être financier se combine avec d'autres croyances, habitudes, valeurs et objectifs ». C'est en ce sens que deux approches et théories ont été mobilisées pour comprendre ce concept, à savoir la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) et la théorie de l'avènement entrepreneurial de Shapéro et Sokol (1982).

L'intention de créer des entreprises a été étudiée par un bon nombre de chercheurs et sur différents publics (Bird, 1988 ; Kolvereid, 1996 ; Krueger, Reilly et Carsrud, 2000 ; Krueger, 2003 ; Kolvereid et Isaksen, 2006 ; Thomson, 2009 ; Liñán et Chen, 2009 ; Lee, Wong et Leung, 2011 ; Carsrud et Brännback, 2011 ; Fitzsimmons et Douglas, 2011 ; Kautonen, Gelderen et Tornikoski, 2013 ; Kautonen, Gelderen et Fink, 2015) . La plupart se sont attardés à comprendre les antécédents de l'intention entrepreneuriale en elle-même. Nous avons choisi dans ce travail de recherche de nous attarder sur le modèle d'Ajzen (1991) et de faire la lumière sur le rôle de ses antécédents à savoir l'attitude, les normes subjectives et le comportement de contrôle perçus sur la formation de l'intention entrepreneuriale chez les seniors.

Suivant la théorie du comportement planifiée, les attitudes sont définies comme les orientations des sentiments à l'égard de la création d'une entreprise. Elle est donc considérée comme la perception positive ou négative vers l'adoption du comportement d'entreprendre. Les normes subjectives quant à elles permettent de capturer l'impact et l'importance de l'avis de la famille, des amis et des personnes importantes sur l'orientation que souhaite donner l'individu à sa carrière et, plus particulièrement dans notre cas, à se lancer dans une expérience entrepreneuriale. Elle réfère donc à la pression sociale que perçoit l'individu pour s'orienter ou pas vers un comportement entrepreneurial. Enfin, le contrôle comportemental perçu est défini comme la capacité ou non et/ou la facilité ou la difficulté à aller vers un comportement entrepreneurial. (Ajzen, 1991 ; Hernández et Al, 2005 ; Tornikoski et Al, 2012).

Cette émulation pour la création d'entreprise a atteint les seniors, un âge vers lequel normalement ces derniers se tournent vers la famille, des activités beaucoup moins stressantes et un repos bien mérité une fois la retraite atteinte. Il s'avère que dans un souci de continuité (Atcheley, 1996), les seniors vont chercher à assurer une relation avec le monde professionnel dans lequel ils ont évolué pour maintenir cette socialisation. Par ailleurs, XXXX et al. (2013) stipulent que le seniorpreneur est « un individu qui a entamé une expérience entrepreneuriale

postérieure à ses 45 ans. Il souhaiterait faire face à l'inactivité et au désengagement social, prolonger éventuellement son activité professionnelle ou se reconverter ». Les seniors sont dans une démarche volontaire ou contrainte en matière de création d'entreprise en fonction de leur situation socio-économique. Autrement dit, ils ont des motivations endogènes ou exogènes qui sont-elles même fonction de leur âge (Tableau 1).

Pour comprendre l'appétence ou non des seniors à créer des entreprises, il est impératif de comprendre l'intention que ces derniers ont pour ce genre d'aventure (Fishbein and Ajzen, 1975 ; Tornikoski et Al, 2012). En même temps, la littérature affirme que plus les seniors deviennent âgés, moins ils ont l'intention d'entreprendre (Rotefoss and Kolvereid, 2005). Les travaux en ce sens démontrent qu'à partir de la quarantaine l'intention entrepreneuriale se stabilise et son impact (l'âge) est quasi nul sur l'intention entrepreneuriale (Tornikoski et Al, 2012).

3. Hypothèses et cadre conceptuel

3.1 L'effet direct de la tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale

La tendance à se percevoir plus jeune que son âge réel semble s'apparenter à une manifestation d'un mécanisme de défense qui permet de lutter contre les bouleversements liés au vieillissement, tels que la perte de certains rôles sociaux, la retraite, le gain de temps libre. Parmi ces mécanismes de défense, Baltes et Baltes (1990) précisent que les seniors mobilisent une stratégie de compensation face au vieillissement, ce qui se traduirait par l'investissement de ces derniers dans des activités qui les valorisent et qui leur permettent de regagner un rôle social significatif dans la société, afin de garder une cohérence de soi à un âge avancé. L'activité entrepreneuriale peut venir répondre à ces attentes. De plus, la théorie de la continuité (Atchley, 1996) suggère des mécanismes implémentés par les seniors qui sont destinés à maintenir une continuité de leurs activités sociales ou professionnelles.

Elle précise notamment qu'il existerait certains facteurs individuels, tel que la tendance au rajeunissement, qui renforceraient ces mécanismes et motiveraient cette continuité. Cela peut se traduire par une volonté de s'investir dans des associations, ou encore de retrouver une nouvelle activité professionnelle. De ce fait, la tendance au rajeunissement peut engendrer une plus forte intention d'entreprendre chez les seniors.

La littérature en entrepreneuriat avance que, plus les personnes sont âgées, moins elles ont l'intention d'entreprendre et ce pour plusieurs raisons : une vie professionnelle bien remplie, un accomplissement personnel, pouvoir profiter de sa retraite pour se reposer, ...etc. Cette tendance est voulue et donc amènerait une plus grande propension à s'investir dans des projets sociaux et économiques, plus particulièrement en entrepreneuriat. Les travaux de Curran et Blackburn, (2001) ; Hart et Al, (2004) et Lévesque et Minniti (2006), affirment que les seniors ont moins d'appétence à s'engager dans des activités entrepreneuriales puisque le coût du facteur temps augmente avec l'âge et donc découragerait les seniors à s'aventurer en entrepreneuriat (Kautonen, Tornikoski et Kibler, 2011).

Cependant, les seniors ne présentent pas tous ce modèle « adélique » car d'un point de vue pratique, certains d'entre eux se retrouvent sans revenus, et donc doivent créer de nouvelles sources de revenus. D'un point de vue symbolique, la façon dont sont vécus le vieillissement et l'avancée en âge peut influencer positivement la volonté de s'engager dans une activité

entrepreneuriale. Aussi, certains seniors, en suivant la théorie d'Atchley (1996), vont chercher à assurer une continuité sociale et professionnelle et éviter de ce fait une désocialisation. C'est en ce sens que les mécanismes de défense du senior vont l'amener à contrecarrer les effets négatifs liés au vieillissement et donc de l'âge. La tendance au rajeunissement va de ce fait amener une réflexion positive et donc aller à l'encontre du postulat de base sur l'intention entrepreneuriale des seniors.

Dans l'absolu, une première lecture de notre postulat vient contredire les travaux de Singh et Denoble, 2003 ; Weber et Schaper, 2004 ; Henley, 2007 qui estiment que les personnes les plus âgées ont plus de capacité à créer des entreprises que leur homologues plus jeunes. Néanmoins, une lecture plus approfondie du concept (tendance au rajeunissement) appuierait leur travaux car plus les seniors se sentent jeunes plus ils auront tendance à entreprendre.

H1. La tendance au rajeunissement a un impact positif sur l'intention entrepreneuriale chez les individus seniors.

3.2. Les effets médiateurs de l'attitude, normes subjectives et contrôle comportemental perçu sur la relation tendance au rajeunissement et intention entrepreneuriale

Kolvereid 1996; Krueger and Carsrud 1993 mettent en avant le fait qu'il existe des antécédents à la TPB qui aurait un effet indirect sur l'intention. C'est en ce sens que la tendance au rajeunissement pourrait être considérée comme un antécédent au model TPB et donc aurait un effet indirect sur l'intention entrepreneuriale des seniors.

Celle-ci reflète une réelle volonté de maintenir une image de soi positive malgré l'âge avancé. Cet objectif peut être atteint de différentes manières. D'une part, les seniors peuvent tenter de conserver les mêmes aptitudes physiques tout au long des différentes étapes de leur vie. D'autre part, ils peuvent également tenter de maintenir un rôle dans la société qui leur permettrait de renforcer leur contribution à celle-ci. Cette motivation peut se traduire par une volonté de s'engager dans des activités valorisantes, préalablement sélectionnées par l'individu lui-même parce qu'il les considère comme prioritaires et enrichissantes (Baltes et Baltes, 1990). De ce fait, la tendance à se rajeunir pourrait induire une prédisposition favorable à l'égard d'activités permettant d'atteindre ces objectifs et donc une attitude positive.

Par ailleurs, les travaux de Armitage et Conner (2001), Carr et Sequeira (2007) et Kautonen et Al, (2011), avancent que plus l'attitude à l'égard du comportement entrepreneurial est importante, plus l'intention l'est aussi. C'est en suivant cette logique que l'activité entrepreneuriale peut être considérée comme une activité valorisante, enrichissante et certainement source de performances. Ainsi, un individu présentant une forte tendance au rajeunissement sera susceptible de présenter une attitude à l'égard de l'activité entrepreneuriale globalement positive.

Nous avançons donc que les attitudes joueraient le rôle de médiateur entre tendance au rajeunissement et intention entrepreneuriale chez personnes âgées.

H2a. L'attitude est une variable médiatrice de l'effet de la tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale chez les personnes âgées.

La tendance au rajeunissement fait état d'un écart entre l'âge réel et l'âge perçu. A un âge avancé, cet écart peut être la conséquence de bouleversements personnels et sociaux qui accompagnent les transitions de milieu et de fin de vie, tels que des pressions psychologiques liées à l'activité professionnelle et aux perspectives de vie future (Gognalons-Nicolet, 1989). La tendance à se percevoir plus jeune peut ainsi être la conséquence d'une inadéquation entre la perception de sa situation individuelle (physique, psychologique, sociale) et les aspirations de développement qui sont généralement communément admises.

Parmi ces aspirations, les rôles sociaux que l'individu senior cherchera à acquérir tiennent une place de premier plan (Atchley, 1996). Or, les aspirations de développement social donnent une place centrale à ce que les autres pensent de soi. La question de ce que pensent les autres (comme la famille, les amis, les parents) renvoie au concept de normes subjectives qui explique en partie l'intention d'entreprendre (Ajzen's, 2002, Morrison, 2000, Kautonen 2015a, 2015b) et qui pourrait être influencé par la tendance au rajeunissement. Plus les personnes âgées se sentent supportées par leur proches, plus ils auront tendances à aller vers la création d'entreprise si tel est leur souhait. Ainsi, une forte tendance au rajeunissement pourrait expliquer une forte attention portée à ce que les autres pensent de ses propres activités.

H2b. Les normes subjectives sont une variable médiatrice de l'effet de la tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale chez les personnes âgées.

La tendance au rajeunissement exprime chez l'individu senior un sentiment de conserver les mêmes capacités et aptitudes que lorsqu'il était plus jeune (Atchley, 1996). La notion de contrôle sur son existence malgré les bouleversements liés au vieillissement est donc au cœur de cette tendance. La tendance au rajeunissement reflète en effet un sentiment d'exercer un contrôle sur le temps qui passe (Cooper et alii., 1981) en adoptant un certain nombre de stratégies d'ajustement tels que les mécanismes compensatoires (Baltes et Baltes, 1990). Le rajeunissement suscite une confiance en sa capacité à contrôler, à défier la perspective temporelle grâce à ses activités, ses centres d'intérêt et son apparence physique (Barak et Schiffman, 1981).

Ainsi, un individu senior qui a tendance à se rajeunir est susceptible de mieux maîtriser ses connaissances, ses ressources et les opportunités nécessaires à la concrétisation d'un comportement souhaité. Par ailleurs, se fondant sur la théorie du comportement planifiée (Ajzen, 1991, 2002) mais également sur les travaux de Kautonen et Al, (2011, 2013) le contrôle perçu sur le comportement pourrait affecter positivement l'intention entrepreneuriale chez les personnes âgées.

Plus la personne âgée se sent en mesure de contrôler et maîtriser les tenants et les aboutissants d'un projet entrepreneurial, plus elle s'y dirigera plus facilement. Ainsi, une forte

tendance au rajeunissement pourrait expliquer une plus forte capacité perçue à tendre vers un comportement entrepreneurial.

H2c. Le contrôle comportemental perçu est une variable médiatrice de l'effet de la tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale chez les personnes âgées.

4. Méthodologie

4.1. Echantillon

Notre analyse empirique s'est basée sur un ensemble de données que nous avons collectées durant la période s'étalant de septembre 2013 à janvier 2014. Nous avons conduit 750 questionnaires avec des individus ayant au moins l'âge de 45 ans. Parmi les 750 répondants, 224 ont entièrement complété le questionnaire (un taux de réponse d'environ 30 %). Les items et questions, étant originalement rédigé en anglais, ont été traduit en français par un professeur en entrepreneuriat, suivant une double traduction ainsi qu'un traducteur professionnel maîtrisant les deux langues (Brislin et al., 1973). Afin de s'assurer de l'intelligibilité du questionnaire traduit, nous avons demandé à deux groupes de personnes âgées d'évaluer la clarté de la formulation et sa compréhension.

4.2. Variables

Nous présentons dans ce qui suit le détail des variables utilisées dans la présente étude. Une échelle de mesure de Likert à 7 points allant de « pas du tout d'accord » (1) à « tout à fait d'accord » (7) a été utilisée.

4.2.1. L'intention entrepreneuriale et ses antécédents

Afin de mesurer l'intention entrepreneuriale et ses trois antécédents (attitudes, contrôle du comportement perçu et normes subjectives, nous nous sommes basés sur le protocole d'Azjen (1988) ainsi que sur les travaux de Fitzsimmons et Douglas (2011) ; Kautonen et al. (2015).

Nous avons utilisé 3 items pour mesurer la variable « intention » en demandant aux répondant (i) « Je projette de commencer des démarches pour créer une entreprise dans les 18 mois », (ii) « J'ai l'intention de commencer des démarches pour créer une entreprise dans les 18 mois », ou (iii) « Je vais essayer de commencer des démarches pour créer une entreprise dans les 18 mois ». La variable intention représente le score moyen de ces items ($\alpha = 0,94$).

4.2.2. Les variables de médiation

Suivant les travaux de Kautonen et al. (2015), l'attitude a été mesurée en demandant aux participants d'évaluer ce qui suit « Pour moi, prendre des mesures nécessaires pour lancer une entreprise au cours des 18 prochains mois serait... », en utilisant les qualificatifs suivants : « non attrayant-attrayant », « inutile-utile », « insensé-raisonnable », « négatif-positif », « insignifiant-important » et « Fastidieux-aisé ». Comme pour l'intention, la variable « attitude » représente la moyenne de ces items. L'alpha de Cronbach pour cette variable reflète une fiabilité adéquate ($\alpha = 0.87$).

Comme dans les travaux de Kolvereid (1996), Kautonen et al. (2015), la variable “Normes Subjectives” a été obtenue en multipliant (i) les items relatifs à la variable attitude, en capturant les attitudes de la famille des répondants, de leurs amis et d’autres personnes considérées comme importantes dans leurs vies tout en se basant sur l’idée que la personne en question lancera son entreprise dans les 18 prochains mois, et (ii) la motivation à se conformer aux items qui reflètent le degré duquel le répondant se soucie des opinions de ces personnes s’il/elle voulait lancer son/sa propre entreprise dans les 18 prochains mois.

Cette approche nous a permis d’obtenir trois items et de calculer la moyenne de la variable « Normes subjectives » ($\alpha = 0,88$).

Pour mesurer la variable “contrôle du comportement perçu”, nous avons demandé aux répondants d’indiquer leurs opinions sur ce qui suit : (i) « Si je le voulais, je pourrais commencer des démarches pour créer une entreprise dans les 18 prochains mois », (ii) « Si je commençais des démarches pour créer une entreprise dans les 18 prochains mois, je serais en mesure de contrôler l’état d’avancement du processus en grande partie par moi-même », (iii) Il serait facile pour moi de commencer des démarches pour créer une entreprise dans les 18 prochains mois », et (iv) « Si je commence des démarches pour créer une entreprise dans les 18 prochains mois, aucun facteur externe et indépendant de moi-même ne pourra m’en empêcher » (Kautonen et al, 2015, van Gelderen et al., 2013). Nous avons écarté le dernier item (iv) sur la base des résultats de l’ACP et nous avons calculé la moyenne des trois items pour obtenir un « CCP » ($\alpha = 0,75$).

Les résultats des ACP (analyse en composantes principales) montrent que les échelles de mesure des différentes variables présentent, dans la majorité des cas, après épurations itératives, des qualités psychométriques acceptables (i.e. valeurs des alphas de Cronbach de corrélations inter items satisfaisantes) (Peterson, 1994 ; Cronbach, 1951 ; Hulin, 2001).

4.3. La variable tendance au rajeunissement

Comme mentionné ci-dessus, l’âge subjectif est l’âge qu’un individu se donne à lui-même. Afin de mesurer la tendance à l’âge subjectif, des études antérieures en marketing et en psychologie se sont appuyées sur l’échelle de mesure de Barak et Schiffman (1981) qui se base sur quatre composantes à savoir l’âge associé à l’apparence physique de l’individu, l’âge associé à ses actions, l’âge associé à ses intérêts et l’âge ressenti.

L’utilisation de ces composantes nous a permis de construire une variable qui est égale à la moyenne des différences entre chacun de ces âges et l’âge chronologique de l’individu :

- (i) En termes d’apparence physique, je me donne ... ans.
- (ii) De manière générale, je fais la plupart des choses comme si j’avais ... ans.
- (iii) J’ai les mêmes centres d’intérêts qu’une personne de ... ans.
- (iiii) Au fond de moi-même, j’ai le sentiment d’avoir ... ans.

Pour ce qui est de l’âge chronologique nous avons une moyenne estimée à 54,96. Les résultats des ACP nous ont permis de nous assurer de la fiabilité de l’échelle de la variable

tendance au rajeunissement puisque l'Alpha Cronbach's = 0.904, KMO =0.850 et la variance expliquée =78.77%.

De plus, nous considérons deux estimations de la variable « tendance au rajeunissement » à savoir : (i) Tendance au rajeunissement Zéro, qui est une variable muette égale à 1 si la Tendance au rajeunissement du répondant est supérieure à zéro, et 0 autrement, et (ii) Tendance au rajeunissement médiane, qui est aussi une variable muette qui indique si l'âge perçu de l'individu est plus élevé que la Tendance au rajeunissement médian (8 ans). Chacune de ces deux variables capte une dimension différente de la Tendance au rajeunissement.

4.4. Variables de contrôle

Nous étudions un ensemble de variables de contrôle à savoir, le genre, l'âge de la retraite, l'état civil, la résidence, le nombre d'enfants, les enfants à charge et le revenu.

4.5. Méthode d'analyse

Pour explorer l'effet de la Tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale, nous avons adopté une procédure à deux étapes. D'abord, nous avons utilisé une analyse de régression hiérarchique, puis nous avons testé l'effet total indirect de la Tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale à travers les attitudes, les normes subjectives et le contrôle comportemental perçu.

5. Résultats

Des statistiques sommaires des variables utilisées dans notre analyse sont fournies dans le tableau 2. Ces statistiques montrent que 52% des répondants sont des femmes. En outre, les répondants avaient, en moyenne, plus que deux enfants, parmi lesquels au moins un enfant est encore à charge. De plus, 13% de ces individus sont à la retraite.

Pour évaluer les qualités psychométriques de la mesure de l'intention, nous avons effectué une analyse factorielle (analyse en composantes principales, rotation Varimax). L'ACP a confirmé les fiabilités de l'intention entrepreneuriale (alpha de Cronbach = 0,94), les attitudes (alpha = 0,88), les normes subjectives (alpha = 0,75) et le contrôle comportemental perçu (alpha = 0,75).

Le tableau 3 présente les coefficients de corrélation de Pearson entre les variables utilisées dans notre analyse. Il a été montré que les corrélations ne dépassaient pas 0,48, ce qui indique que la multi colinéarité n'est pas un problème grave. En outre, nous avons calculé les facteurs de la variance de l'inflation (VIF) pour chacune de nos régressions et nous avons constaté qu'ils ne dépassaient pas 2,08. Ceci nous fournit une assurance supplémentaire qui nous permet d'avancer le fait que la multi colinéarité ne devrait pas être un problème.

5.1. Une analyse de régression hiérarchique.

Le tableau 4 présente les résultats des moindres carrés ordinaires de l'analyse de régression hiérarchique. Tout d'abord, nous avons considéré deux régressions de base dans lesquelles la

variable dépendante, Intention entrepreneuriale, est « régressée » en fonction de chacune des variables : âge subjectif, Tendance au rajeunissement *_Zero* et Tendance au rajeunissement Médian (respectivement modèles 1 et 6). Deuxièmement, nous avons ajouté à la ligne de base des Régressions les variables de contrôle à savoir le Sexe, l'âge de la retraite, l'état civil, la résidence, le nombre d'enfants, les enfants à charge et le revenu (modèles 2 et 7).

Troisièmement, dans les modèles 3, 4 et 5 (8, 9 et 10), nous avons effectué une régression de l'intention entrepreneuriale en fonction de chacun des antécédents de l'intention : Attitude, normes subjectives et contrôle comportemental perçu, respectivement, avec la Tendance au rajeunissement *_Zero* (Tendance au rajeunissement médian) et les variables de contrôle. La variable Tendance au rajeunissement *_Zero* (Tendance au rajeunissement médian) est statistiquement significative, sauf dans le modèle 4 (9) du tableau 3, où normes subjectives est inclus dans la régression. De plus, les coefficients pour les variables attitude, normes subjectives et contrôle comportemental perçu sont positifs et très significatifs, ce qui est conforme à la théorie du comportement planifié (TPB, Ajzen, 1991).

A priori, ces résultats impliquent que: (i) la tendance au rajeunissement est un déterminant important de l'intention entrepreneuriale, ce qui confirme la H1, et (ii) la tendance au rajeunissement est susceptible d'influencer indirectement l'intention entrepreneuriale (effet médiateur), en particulier à travers les normes subjectives.

5.2. L'estimation de l'effet indirect de la Tendance au rajeunissement sur les intentions entrepreneuriales.

Pour examiner les rôles de médiation de l'attitude, normes subjectives et contrôle comportemental perçu dans la relation entre la tendance au rajeunissement et l'intention entrepreneuriale, nous avons appliqué la méthode de bootstrap en utilisant des échantillons de 5000 bootstrap (preacher et hayes, 2008). cette méthode permet d'estimer l'effet indirect de la tendance au rajeunissement *_zero* et la tendance au rajeunissement médian sur l'intention par le biais de l'attitude, la normes subjectives et la contrôle comportemental perçu dans un modèle de multiples médiateurs et fournit 95% percentile, corrigé du biais (bc), et le biais corrigé et accéléré (bca) des intervalles de confiance. ces intervalles de confiance sont non symétriques. Donc, les effets indirects de la tendance au rajeunissement *_zero* et la de rajeunissement tendance médian ne sont considérées comme significatives que lorsque les intervalles de confiance correspondants ne contiennent pas de zéro (preacher et hayes, 2004).

Le tableau 5 montre que les effets indirects de la tendance au rajeunissement *_zero* et la tendance au rajeunissement *_median* via les trois antécédents d'intention entrepreneuriale (attitude, normes subjectives et contrôle comportemental perçu) sont positifs et statistiquement significatifs au niveau de 1%. Les intervalles de confiance des percentiles, bc et bca sont [0.19, 0.98], [0.21, 1.00] and [0.20, 1.00] pour l'âge subjectif, et [0.21, 0.91], [0.21, 0.92] et [0.22, 0.93] pour la tendance au rajeunissement médian. Ces résultats appuient l'hypothèse h2. en outre, les effets indirects spécifiques sont 0,12 (via attitude), 0,41 (via normes subjectives) et 0,04 (via le contrôle comportemental perçu) pour tendance au rajeunissement *_zero* et 0,11 (via attitude), 0,40 (via normes subjectives) et 0,04 (via contrôle comportemental perçu) pour tendance au *_ rajeunissement median*. Les z-statistiques et les intervalles de confiance indiquent que les normes

subjectives sont particulièrement significatifs au niveau de 1%, ce qui implique que parmi les trois médiateurs examinés, normes subjectives est probablement un médiateur important de l'influence de la tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale ($z = 2.65$, $p = 0,001$ pour tendance au rajeunissement; $z = 2,78$, $p = 0,001$ pour tendance au rajeunissement médian).

6. Discussion et conclusion

Les seniors constituent un important public désavantagé à étudier de par leur potentiel démographique et économique (Maalaoui et Al, 2012). Les études menées en psychologie et en gérontologie, ont démontré que les plus de 60 ans sont différents des autres segments de la population, en raison de leurs particularités physiques, cognitives et sociales (Chevalier, 2000). Ces différences sont principalement dues au processus de vieillissement, défini comme « l'ensemble des développements et mutations, au cours du temps, des fonctions de l'organisme, pertes et gains, et la perception résultant de ces mutations » (Austad, 1977), ou encore comme « le processus par lequel l'être humain subit une série de transformations d'ordre physique, psychologique, cognitive et affective » (Boulbry, 2003).

Maalaoui et Al, (2012, 2013) assurent que la vieillesse a « plusieurs conséquences sur les facultés physiques des individus ». En effet, avec l'âge, les individus voient leur physique subir d'importantes transformations assez déplaisantes car le plus souvent suivies par des problèmes assez importants de santé, de perte de résistance et de contrôle du corps (Chevalier, 2000).

Ces transformations peuvent concerner l'apparence physique telle que le changement de la stature, ou le fonctionnement du corps tel que l'altération de la vision ou de l'audition (Boulbry, 2003).

Les résultats obtenus dans cette recherche permettent tout d'abord de confirmer le modèle proposé par Ajzen (1991) de la TPB. En particulier, les effets directs de l'attitude, la normes subjectives et le contrôle comportemental perçu sur l'intention entrepreneuriale chez les seniors ont été validés. Les résultats permettent également de contribuer à la littérature existante qui traite des effets indirects de certaines variables individuelles sur l'intention entrepreneuriale. Les recherches antérieures précisent le rôle médiateur des normes subjectives, attitude et contrôle comportemental perçu entre ces variables individuelles et l'intention entrepreneuriale (Krueger et Carsrud, 1993 ; Kolvereid, 1996). Dans cette recherche, nous avons montré que la tendance au rajeunissement joue le rôle d'antécédent de l'intention entrepreneuriale chez les seniors, et en particulier via les normes subjectives.

Malgré les résultats des études antérieures qui précisent que les personnes âgées auraient moins tendance à s'investir dans l'entrepreneuriat que des individus jeunes (Singh et Denoble, 2003 ; Weber et Schaper, 2004 ; Henley, 2007), notre étude montre que la prise en compte d'autres variables individuelles liées au vieillissement, telles que la tendance au rajeunissement, pourrait amener à des résultats différents. En effet, la tendance à se rajeunir s'inscrit dans un mécanisme de défense face aux difficultés liées au vieillissement et peut ainsi amener les seniors à vouloir mobiliser des stratégies de compensation (Baltes et Baltes, 1990). Nos résultats montrent que l'entrepreneuriat peut être l'une d'entre elles. Il s'agit en effet d'une activité particulièrement valorisante, tant sur le plan professionnel que social, qui permet aux seniors de

garder des contacts sociaux et une continuité de l'activité (Atchley, 1996). Ainsi, les seniors qui se rajeunissent auront davantage tendance à s'investir dans l'entrepreneuriat.

Il est intéressant de noter que l'effet de la tendance au rajeunissement sur l'intention entrepreneuriale chez les seniors peut également avoir lieu via les normes subjectives. Ceci peut s'expliquer par les bouleversements personnels et sociaux que connaissent les seniors en milieu et fin de vie (Gognalons-Nicolet, 1989). Ces derniers peuvent être à l'origine d'une inadéquation entre la perception de sa situation individuelle actuelle (physique, psychologique, sociale) et ses aspirations de développement, ce qui peut expliquer une tendance à se percevoir plus jeune et une volonté de maintenir un certain équilibre social. Cet objectif spécifique implique d'accorder une attention particulière à ce que son entourage social (comme la famille, les amis, les parents) pense de soi et de ce que on entreprend. Ainsi, les normes subjectives et leur effet sur l'intention entrepreneuriale peuvent être expliqués par la tendance au rajeunissement chez les seniors.

Aussi, les travaux de Kautonen et Al (2011), mettent en avant l'effet médiateur des attitudes, subjectives normes et le contrôle comportemental perçu sur la relation normes d'âge perçus et intention entrepreneuriale chez les personnes âgées. Il démontrent que les normes subjectives principalement est la variable qui influence le plus cette dite relation. Nous concernant nous nous inscrivons dans le même raisonnement et nos résultats semblent confirmer leur travaux. Les résultats nous permettent d'affirmer que la tendance au rajeunissement influence directement l'intention entrepreneuriale des seniors, plus ils ont tendance à ce rajeunir plus l'intention entrepreneurial augmente.

Pour aller plus loin, à partir d'un certain seuil (médiane dans notre cas égale à 8 ans), nous avons pu mettre en évidence que plus les personnes âgées avait tendance à se diriger vers des expériences entrepreneuriales. Cela conforterait donc l'assertion selon laquelle plus les individus se sentent jeunes, plus leur appétence pour entreprendre augmenterait. A partir d'une certaine tendance au rajeunissement (tendance au rajeunissement médian), les personnes âgées développent une attitude positive à l'égard de l'acte entrepreneurial (Lundstrom and Stevenson, 2005, Kautonen et Al, 2011).

Il apparaît dès lors que la tendance au rajeunissement a un effet direct mais également indirect sur l'intention entrepreneuriale via les normes subjectives et les attitudes à un degré moindre (et à partir d'une certaine tendance). Aussi, elle serait un antécédent de l'intention entrepreneuriale et plus particulièrement des NORMES SUBJECTIVES (normes subjectives) et des attitudes (à partir d'un certain seuil).

Les seniors constituent un réel potentiel en matière de création de valeur économique et social. Ils détiennent pour la plus part un important capital social qu'ils ont réussi à enrichir durant de nombreuses années. Leur expériences et savoir faire peuvent être réutilisés et mis à contribution dans des projets entrepreneuriaux. Pour ce faire, ils ont besoin d'un support familiale mais aussi institutionnel. Ce support peut se traduire par la mise en place de structures d'accompagnement dédiées aux seniopreneurs comme c'est le cas en France de « l'Executive Business accelerator » incubateur dédié au seniors de plus de 45 ans qui souhaitent se lancer exclusivement dans des projets principalement en haute technologie. Leurs attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat peut être appuyée via la mise en place de sérieuses campagnes de sensibilisation. Aussi, nous pensons

que les seniors peuvent intégrer des équipes entrepreneuriales de jeunes. Ils pourraient apporter leur expérience et transmettre leurs connaissances aux plus jeunes. Des équipes intergénérationnelles verraient le jour et seraient plus complètes à tout point de vue.

Par ailleurs, l'effet de cette tendance au rajeunissement n'est pas la seule variable à explorer et qui influencerait la formation de l'intention entrepreneuriale chez les personnes âgées. Des modifications subies par les seniors peuvent aussi concerner leur état de santé. En effet, plus les individus avancent dans l'âge, plus ils sont susceptibles de rencontrer certains problèmes de santé (Hunter-Jones et Blackburn, 2007). Comme par exemple, certaines maladies chroniques (diabète, arthrose, maladies cardiovasculaires...). Cependant, l'état de santé réel ou tel qu'il est perçu par ces individus seniors (santé subjective) peut influencer leurs comportements et leurs prises de décisions notamment concernant leur désir de s'investir dans des projets entrepreneuriaux qui leur permettrait d'assurer une forme de continuité et une socialisation.

En effet, d'après Hunter-Jones et Blackburn (2007) l'état de santé est une variable particulièrement significative pour les personnes âgées : elle influence l'ensemble de leurs comportements et peut aussi affecter leur vie professionnelle. Selon Schofield (2000), les seniors, comparés à des individus plus jeunes, vont être plus confrontés à des problèmes de santé, mais vont utiliser des stratégies efficaces afin de s'adapter à leur environnement. Ces conclusions corroborent celles des théories basées sur la perspective temporelle future. En effet, selon Carstensen et al. (1999), les seniors vont réduire leurs contacts sociaux afin de compenser leurs problèmes physiques et cognitifs en améliorant la qualité de ces contacts et indiquant que les problèmes liés à la santé contribuent fortement à ces compensations.

De plus, la santé subjective ou l'état de santé tel qu'il est perçu par les individus, et plus particulièrement par les seniors, peut influencer leur approche de la vie professionnelle et donc de leur choix de s'orienter vers une seconde carrière entrepreneuriale. En effet, et en se référant aux théories basées sur la perspective temporelle future, Kooij et Van De Voorde (2011) montrent que, chez les seniors, les motivations de développement professionnel (la nature de l'emploi, le salaire, les challenges...) sont fortement influencés par la perception de leur état de santé. Ainsi, un état de santé perçu négativement va impliquer moins de motivations de développement, notamment dans la création d'entreprises. Alors qu'une bonne appréciation de leur propre santé va encourager les seniors à avoir plus de motivation de développement professionnel et potentiellement entrepreneuriale.

Les seniors qui se percevaient en bonne santé auraient plus tendance à se sentir plus jeunes et donc à aller plus facilement vers la création d'entreprise. Aussi, les seniors de par leur statut chercheraient de plus en plus à laisser une trace de leur passage dans un environnement donné. Ils chercheraient à partager et transmettre quelque chose qui ferait rappeler aux autres qu'ils ont été un symbole. Cette forme de narcissisme se traduirait par la création d'une entreprise qu'ils légueraient aux générations futures.

Cette générativité pourrait expliquer la tentation des seniors à créer des entreprises puisqu'elle permettrait le développement de mécanismes symboliques et le besoin d'immortalité. Urien (2003) propose un autre mécanisme distinct indirect et symbolique permettant de faire face à l'anxiété suscitée, d'autant plus parmi les seniors : le souci de générativité ou extension de soi :

la volonté de transmettre aux futures générations et le fait de prendre soin d'elles. Là encore, il s'agit d'étendre le soi dans un souci d'immortalité symbolique (McAdams, de St Aubin et Logan, 1993), et certainement le développement de narcissisme chez les entrepreneurs (Mathieu et St-Jean, 2013). Aussi, il s'avère que plus les seniors sont à un âge avancé, plus ils développent une anxiété face à la mort. Il est indéniable que la question de la mort est intimement liée à celle du vieillissement.

Le vieillissement, comme rappel de l'inévitabilité de la mort, est associé également à des pertes sensorielles (Boulbry, 2003 ; Vanhamme, 2001), des pertes cognitives liées à l'attention, la mémorisation, l'intellect (Ross, 1981 ; Cole et Gaeth, 1990 ; Schaie, 1990). Enfin, le vieillissement est associé à la perte des rôles sociaux (due notamment au départ à la retraite) et à des risques de solitude, d'isolement et de marginalisation. L'ensemble de ces éléments contribuent à intensifier la vulnérabilité perçue de l'individu et donc à nuire à la façon dont l'individu se perçoit. Aussi, l'étude des attitudes à l'égard de la mort est devenu un sujet psychologique d'intérêt depuis les années 1950 notamment avec les travaux de Feifel (1956, 1959). Cependant, le rapport à la mort a été essentiellement étudié sous le concept d'anxiété à l'égard de la mort. Cet aspect est lié au fait que la mort apparaît comme une source fondamentale et universelle d'anxiété.

Mais des opportunités associées aux vieillissement se développent comme l'affirment Filipp et Klauer (1986) qui ont d'ailleurs montré que les niveaux de bien-être psychologique, de contrôle perçu et de sentiment d'efficacité personnelle diffèrent peu entre les jeunes adultes et les retraités puisque la créativité augmenterait chez les plus de 60 ans. Les futures recherches devraient explorer l'impact de l'anxiété face à la mort sur la formation et le comportement entrepreneurial des seniors.

Bibliographie

- Atchley R.C. (1996), Continuity Theory and the Evolution of Activity in Later Adulthood, Activity and Aging, ed. J.R. Kelly, Newbury Park, Sage Publications, 1-16.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Baltes P.B. et Baltes M.M. (1990), psychological perspectives on successful aging: the model of selective optimization with compensation. In P.B Baltes & M.M. Baltes (Eds.), *Successful Aging: Perspectives from the Behavioral Sciences* (pp. 1-34-. New York: Cambridge University Press.
- Barak B. et Schiffman L.G. (1981), Cognitive age : a nonchronological age variable, in *Advances in Consumer Research*, 7, J. Olson, ed. Ann Arbor, MI : Association for Consumer Research, 602-606.
- Blau Z.S. (1956), Changes in status and age identification, *American Sociological Review*, 21, 198-203.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Bird, B. J. (1992). The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(1), 11-21.
- Boulbry G. (2003), L'impact du vieillissement cognitif sur l'efficacité publicitaire. Le cas de la publicité à évocations nostalgiques, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Rennes 1.
- Butler R.N. (1963), The life review : an interpretation of reminiscence in the aged, *Psychiatry* , 26, 65-75.
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: what do we still need to know?. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.
- Chevalier C. (2000), Contribution à la Modélisation du Processus de Persuasion Publicitaire: Une Application aux Individus Âgés de 60 ans et plus, *Thèse pour le Doctorat en Science de Gestion* ; Université Paris I-Panthéon-Sorbonne.
- Cooper P.E., Thomas L.E., Stevens S.J. et Suscovitch A. (1981), Subjective time experience in and intergenerational sample, *Journal of Aging and Human Development*, 28, 1, 183-193.
- Curran, J., & Blackburn, R. A. (2001). Older people and the enterprise society: Age and self-employment propensities. *Work, Employment & Society*, 15(04), 889-902.
- Cole C A. & Houston M J. (1987), «Encoding and Media Effects on Consumer Learning Deficiencies in the Elderly», *Journal of Marketing Research*, No.24, p. 55-63.
- Cole C A. & Gaeth G J. (1990), «Cognitive and Age-Related Differences in the Ability to Use Nutritional Information in a Complex Environment», *Journal of Marketing Research*, No. 27, p. 175-184.

- Curran, J., & Blackburn, R. A. (2001). Older people and the enterprise society: age and selfemployment propensities. *Work, Employment & Society* , 15 (04), 889-902.
- Dickstein L. (1972), Death concern : measurement and correlates, *Psychological Reports* , 30, 563- 571.
- Dychtwald A. et Flower M. (1989), *Age Waves*, Los Angeles, Jeremy Larcher, Inc.
- Erikson E.H. (1968), *Identity: Youth and Crisis*, New York, Norton
- Fishbein, Martin, and IcekAjzen (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley Pub. Co.
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431-440.
- Gognalons-Nicolet M. (1989), *La Maturescence: les 40-65 ans, âges critiques*, Lausanne, Favre.
- Greco A.J. et Swayne L.E. (1992), Sales Response of elderly consumers to point-of-purchase advertising, *Journal of Advertising Research*, 32, 5 43-53.
- Guiot D. (1996), L'âge cognitif : un concept utile pour le marketing des seniors, *Actes de l'Association Française de Marketing*, 23, 45-60.
- Guiot D. (1999), Age subjectif et segmentation des seniors, *Décisions Marketing*, 18, 15-23.
- Guiot D. (2001), Tendance d'âge subjectif : quelle validité prédictive ? *Recherche et Applications en Marketing*, 16, 1, 25-43.
- Guiot D. (2006), Un cadre d'analyse du processus de vieillissement et de son influence sur le comportement d'achat du consommateur âgé, *Recherche et Applications en Marketing*, 21, 1, 57-79.
- Greenberg, J., Arndt, J., Simon, L., Pyszczynski, T., & Solomon, S. (2000), Proximal and distal defenses in response to reminders of one's mortality: Evidence of a temporal sequence, *Personality Social Psychological Bulletin* , 26, 91-99.
- Hart J., Shaver P.R. & Goldenberg J.L. (2005), Attachment, self-esteem, worldviews, and terror management: Evidence for a tripartite security system, *Journal of Personality and Social Psychology* , 88, 999-1013.
- Hart, M., Anyadike-Danes, M., & Blackburn, R. (2004, November). Entrepreneurship and age in the UK: Comparing third age and prime age new venture creation across the regions. Paper presented at RENT XVIII, Copenhagen.
- Henley, A. (2007). Entrepreneurial aspiration and transition into self-employment: evidence from British longitudinal data. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 253-280.
- Higgins E.T. (1987), Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect, *Psychological Review*, 94, 2, 319-340.
- Higgins E.T. (1996), Ideal, oughts, and regulatory focus: affect and motivation from distinct pains and pleasures; In P.M. Gollwitzer & J.A. Bargh (Eds.), *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior*, pp. 91-114, New York: Guilford.

- Kaufmann S.R. (1986), *The ageless self-sources of meaning in late life*, Madison, Univeristy of Wisconsin, Press.
- Kautonen, T., Luoto, S., & Tornikoski, E. T. (2011). Influence of work history on entrepreneurial intentions in 'prime age' and 'third age': A preliminary study. *International small business journal*, 28(6), 583-601.
- Kautonen, T., M. Van Gelderen, and E. T. Tornikoski (2013). "Predicting Entrepreneurial Behaviour: a Test of the Theory of Planned Behaviour," *Applied Economics*, 45 (6), 697-707.
- Kautonen, T., Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Kolvereid, L. (1996). "Prediction of Employment Status Choice Intentions" *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21 (1), 47-57.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Kim, S., & Feldman, D. C. (2000). Working in retirement: The antecedents of bridge employment and its consequences for quality of life in retirement. *Academy of management Journal*, 43(6), 1195-1210.
- Klug L. & Sinha A. (1987), Death Acceptance : a two-component formulation and scale, *Omega*, 18, 229-235.
- Krueger, N. F., M. D. Reilly, and A. L. Carsrud (2000). "Competing Models of Entrepreneurial Intentions," *Journal of Business Venturing*, 15 (5-6), 411-432
- Krueger Jr, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. In *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 105-140). Springer US.
- Lee, L., Wong, P. K., Der Foo, M., & Leung, A. (2011). Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors. *Journal of business venturing*, 26(1), 124-136.
- Levesque, M., & Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Mathieu, C., & St-Jean, É. (2013). Entrepreneurial personality: The role of narcissism. *Personality and Individual Differences*, 55(5), 527-531.
- McAdams D.P. & Aubin E.S. (1992), « A Theory of Generativity and its Assessment Through Self-Report, Behavioral Acts, and Narrative Themes in Autobiography », *Journal of Personality and Social Psychology*, No. 62, p. 1003-1015.
- Moschis G.P. (1994), Consumer behavior in later life: multidisciplinary contributions and implications for research, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 3, 195-204.
- Moschis G.P. (1996), Life stages of the mature market, *American demographics*, 18, 9, 44.

- Rosenfeld R.M., Kastenbaum R. et Slater P.E. (1964), *Patterns of Short-Range time orientation in geriatric patients*, New Thoughts on old age, ed. R. Kastenbaum, New York, 291-299.
- Rotefoss, B., & Kolvereid, L. (2005). Aspiring, nascent and fledgling entrepreneurs: an investigation of the business start-up process. *Entrepreneurship & Regional Development*, 17(2), 109-127.
- Schiffman L.G. et Sherman E. (1991), Value orientations of New-Age elderly: The coming of an ageless market, *Journal of Business Research*, 22, 2, 187-194.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(3), 207-226.
- Staats S. (1996), Youthful and older biases as special cases of self-age optimization bias, *International Journal of Aging and Human Development*, 37, 3, 191-203.
- Thompson, E. R. (2009). "Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 669-694.
- Tornikoski, E. T., Kautonen, T., & Le Loarne-Lemaire, S. (2012). Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale. *Revue française de gestion*, (8), 95-109.
- Tuckman J. et Lorge I. (1954), Classification of the self as young, middle-aged or old'', *Geriatrics*, 9, 534-6.
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655-673.
- Weber, P., and M. Schaper (2004). "Understanding the Grey Entrepreneur," *Journal of Enterprising Culture*, 12 (02), 147-164.
- Wilkes R.E. (1992), A structural modeling approach to the measurement and meaning of cognitive age, *Journal of consumer Research*, 19, 9, 292-301.
- Wylie R. (1974), *The self-concept: A review of methodological considerations and measuring instruments*, vol. 1, Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Wong P.T. (1999), Meaning of life and meaning of death in successful aging, In A. Tomer (Eds.), *Death attitudes and the older adult*, pp. 23-35, Brunner / Mazel Publishers. Zilboorg G. (1943), Fear of death, *Psychoanalytic Quarterly*.

Annexes

Figure 1 : Model conceptuel

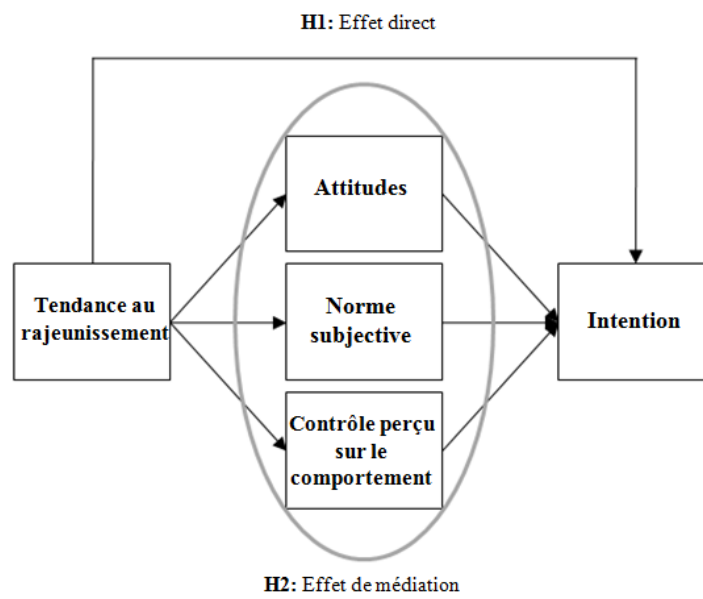


Tableau 1 : Profils de seniorpreneurs selon les motivations et la nature de l'entrepreneuriat (XXXX et Al, 2012)

Âge, Activités & Nature de l'entrepreneuriat	Ex-ante retraite 45-64 ans		Ex post Retraite 64 ans et plus	
	Par nécessité ou Contrainte	Par Opportunisme ou voulu	Par nécessité ou Contrainte	Par Opportunisme ou voulu
Nature des Motivations				
Motivations endogènes ou intrinsèques	Besoins physiologiques Besoin de sécurité	Accomplissement Générativité Estime	Socialisation Générativité Besoin de sécurité	Générativité Continuité Maintien d'un Statut social
Motivation exogènes ou extrinsèques	Perte d'emploi Famille à charge	Gain statut social	Complément de revenu Précarité	Gain Statut social

Tableau 2: Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type.	Mediane
Intention	1.95	1.67	1.00
Tendance au rajeunissement_Zero	0.93	0.25	1.00
Tendance au rajeunissement_Median	0.50	0.50	0.00
Attitude	3.94	1.72	4.00
NORMES SUBJECTIVES	8.58	8.30	5.83
CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU	4.62	1.81	5.00
Genre (1 = femme)	0.52	0.50	1.00
Age de la retraite (1 si retraité(e))	0.13	0.33	0.00
Etat civil	2.39	0.98	2.00
Residence	17.43	14.14	15.50
Nombre d'enfants	2.37	0.98	2.00
Enfants à charge	1.76	1.16	2.00
Revenu	5.28	1.26	6.00

Ce tableau présente les statistiques descriptives (la moyenne, l'écart type et la Médiane) des variables utilisées dans notre analyse.

Tableau 3: Matrice de corrélation

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.
1. Intention	1.00												
2. T rajeunissement Zéro	0.11+	1.00											
3. T rajeunissement_Median	0.15*	0.26**	1.00										
4. Attitude	0.47**	0.07	0.10	1.00									
5. NORMES SUBJECTIVES	0.68**	0.10	0.18**	0.37**	1.00								
6. CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU	0.37**	0.06	0.05	0.37**	0.33**	1.00							
7. Genre	-0.13*	-0.04	0.01	-0.10	-0.11+	-0.17**	1.00						
8. Age à la retraite	-0.08	0.05	0.22**	-0.17**	-0.11+	-0.27**	0.06	1.00					
9. Etat civil	-0.07	0.01	-0.06	-0.01	-0.10	-0.07	0.20**	0.18**	1.00				
10. Residence	-0.16*	0.06	0.12+	-0.09	-0.14*	-0.18**	0.11+	0.48**	-0.01	1.00			
11. Nombre d'enfants	0.00	0.10	0.04	-0.10	-0.00	-0.00	-0.10	0.03	-0.05	-0.06	1.00		
12. Enfants à charge	0.08	0.03	-0.08	0.07	0.07	0.24**	-0.18**	-0.46**	-0.20**	-0.31**	0.48**	1.00	
13. Revenu	0.04	0.01	-0.07	0.15*	-0.00	0.25**	-0.27**	-0.24**	-0.18**	-0.14*	-0.07	0.28**	1.00

+ p<0.1

* p<0.05

** p<0.0

Tableau 4: regressions OLS. variable dépendante: intention Entrepreneuriale

Variable	IV: Age perçu_Zero					IV: Age perçu_Median				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
T rajeunissement_Zero	0.75** (3.50)	0.82** (3.71)	0.56** (2.79)	0.31 (1.34)	0.65* (2.32)					
T rajeunissement_Median						0.53* (2.37)	0.61** (2.62)	0.36+ (1.77)	0.13 (0.77)	0.46* (2.11)
Gene		-0.34 (-1.32)	-0.21 (-0.94)	-0.13 (-0.67)	-0.22 (-0.90)		-0.37 (-1.43)	-0.23 (-1.04)	-0.13 (-0.72)	-0.24 (-1.01)
Age à la retraite		0.00 (0.30)	0.02 (1.37)	0.01 (1.05)	0.02 (1.08)		-0.00 (-0.28)	0.01 (0.96)	0.01 (0.86)	0.01 (0.63)
Etat civil		-0.10 (-0.93)	-0.14 (-1.46)	-0.00 (-0.01)	-0.12 (-1.13)		-0.06 (-0.54)	-0.11 (-1.16)	0.01 (0.17)	-0.09 (-0.83)
Residence		-0.02* (-2.51)	-0.02** (-2.81)	-0.01+ (-1.80)	-0.02* (-2.42)		-0.02* (-2.33)	-0.02** (-2.71)	-0.01+ (-1.71)	-0.02* (-2.24)
nombre d'enfants		-0.09 (-0.68)	0.01 (0.09)	-0.02 (-0.26)	-0.05 (-0.38)		-0.08 (-0.60)	0.02 (0.15)	-0.02 (-0.20)	-0.04 (-0.31)
enfants à charge		0.06 (0.45)	0.03 (0.26)	0.02 (0.25)	-0.02 (-0.18)		0.06 (0.46)	0.03 (0.28)	0.02 (0.26)	-0.02 (-0.14)
revenu		-0.04 (-0.42)	-0.09 (-1.18)	0.04 (0.52)	-0.11 (-1.33)		-0.03 (-0.29)	-0.08 (-1.09)	0.04 (0.57)	-0.10 (-1.23)
Attitude			0.46** (6.48)					0.45** (6.41)		
NORMES SUBJECTIVES				0.14** (12.71)					0.13** (12.33)	
CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU					0.34** (5.15)					0.33** (5.09)
Constant	1.24** (6.91)	2.04+ (1.89)	-0.14 (-0.14)	0.04 (0.05)	0.39 (0.37)	1.69** (12.97)	2.74* (2.60)	0.38 (0.39)	0.30 (0.36)	1.00 (0.97)
N. Observations	224	224	224	224	224	224	224	224	224	224
R ²	0.01	0.06	0.27	0.48	0.17	0.02	0.07	0.27	0.48	0.18
-R ² ajusté	0.01	0.02	0.24	0.46	0.14	0.02	0.04	0.24	0.46	0.15
F-value	12.22**	3.01**	6.10**	23.53**	4.63**	5.62**	2.57**	6.47**	22.15**	4.67**

* p<0.05

** p<0.01

Tableau 5: Résultats du Bootstrap testant l'effet de médiation t

	Coefficient	Product of coefficients		p-value	Bootstrapping					
		SE	z-stat		Percentile 95% CI		BC 95% CI		BCa 95% CI	
Panel A: La médiation de l'effet de la tendance au rajeunissement zéro sur l'intention entrepreneuriale via Attitude, NORMES SUBJECTIVES et CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU										
Attitude	0.12	0.09	1.25	0.21	-0.05	0.34	-0.04	0.36	-0.04	0.36
NORMES SUBJECTIVES	0.41**	0.15	2.65	0.00	0.10	0.73	0.12	0.75	0.10	0.72
CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU	0.04	0.05	0.78	0.43	-0.04	0.16	-0.02	0.20	-0.02	0.20
Effet indirect total	0.58**	0.20	2.89	0.00	0.19	0.98	0.21	1.00	0.20	1.00
Panel B: La médiation de l'effet de la tendance au rajeunissement médiane sur l'intention entrepreneuriale via Attitude, NORMES SUBJECTIVES et CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU										
Attitude	0.11+	0.06	1.75	0.08	0.01	0.26	0.01	0.27	0.01	0.27
NORMES SUBJECTIVES	0.40**	0.14	2.78	0.00	0.13	0.69	0.14	0.70	0.15	0.72
CONTRÔLE COMPORTEMENTAL PERÇU	0.04	0.03	1.29	0.19	-0.00	0.11	-0.00	0.13	-0.00	0.13
Effet indirect total	0.55**	0.17	3.12	0.00	0.21	0.91	0.21	0.92	0.22	0.93

ES, Erreur standard.

CI, intervalle de confiance.

BC, Biais corrigé.

BCa, Biais corrigé et accéléré.

+ p<0.1

** p<0.01