

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

Identification des sources de l'opportunité entrepreneuriale dans le cadre de la participation au concours des mini-entreprises : développement des compétences entrepreneuriales.

Nathalie Rivenet, Université du littoral Côte d'Opale, LEM (France)

...

Résumé :

Notre étude porte sur une promotion d'étudiants en licence professionnelle de gestion des organisations agricoles et agroalimentaires. Durant l'année universitaire, ils participent au concours des mini-entreprises organisé par EPA (Entreprendre Pour Apprendre). La finalité de ce module d'entrepreneuriat est de développer des compétences entrepreneuriales. Nous nous sommes attardés sur la compétence de perception et de construction d'opportunité. Les étudiants ont-ils développé cette compétence ? La réponse est « oui ». Cette compétence développée lors de l'exercice entrepreneurial trouve un intérêt particulier dans le secteur agricole. La motivation pour la reprise d'exploitations agricoles est dans de nombreux cas la passion pour le métier d'agriculteur et plus particulièrement le métier d'éleveur. Pour pouvoir vivre de cette passion (formidable moteur), la compétence entrepreneuriale de perception et de construction d'opportunité pourrait aider les étudiants, futurs agriculteurs dans l'exploitation d'opportunités entrepreneuriales profitables.

1 Introduction.

1.1 Développement de l'entrepreneuriat à l'université

Sous la pression de plus en plus importante des incitations politiques et sociétales, de nombreux acteurs de l'enseignement et de la professionnalisation se sont saisis de la question de l'apprentissage de l'entrepreneuriat. Au niveau européen, le plan d'actions « ENTREPRENEURIAT 2020 » stipule, entre autres, que les politiques de promotion de l'entrepreneuriat doivent être coordonnées avec celles de l'éducation, tant au niveau européen qu'au niveau national (Commission européenne, 2013). Au niveau national, le réseau Pépité (pôles étudiants pour l'innovation, le transfert et l'entrepreneuriat) France assure cette mission de promotion de l'entrepreneuriat.

1.2 Les finalités du module d'entrepreneuriat

La dimension empirique de notre travail porte sur une promotion d'étudiants en licence professionnelle de gestion des organisations agricoles et agroalimentaires. Cette licence est dispensée dans une université pionnière en apprentissage entrepreneurial. En effet, 60% des étudiants sensibilisés à l'entrepreneuriat au niveau du PEPITE Lille Nord de France le sont dans cette université (Pépité LNF). En éducation entrepreneuriale, on distingue trois finalités éducatives (Gibb, 1993 ; Lackéus, 2015 ; Pepin, 2011 et 2017) :

- L'éducation à l'entrepreneuriat, la finalité est de comprendre l'entrepreneuriat en termes d'objet d'apprentissage ;
- L'éducation pour l'entrepreneuriat, la finalité est de devenir entrepreneur, l'entrepreneuriat est vu comme une pratique professionnelle ;
- L'éducation par l'entrepreneuriat, la finalité est de devenir entreprenant. L'entrepreneuriat est vu comme un outil d'apprentissage.

1.3 Les finalités d'un module d'entrepreneuriat dans une formation agricole

Les trois finalités sont recherchées dans la licence servant de support à notre étude mais nous nous attarderons sur la finalité « devenir entrepreneur ». La particularité de notre terrain de recherche est qu'il est rattaché au domaine agricole. Les étudiants de cette licence sont nombreux à avoir un projet d'installation en exploitations agricoles (de 40 à 85 % selon les années). Le module d'entrepreneuriat doit les aider dans leur projet, les mettre en garde aussi contre une rentabilité financière non soutenable. Les étudiants participent au concours des mini-

entreprises organisé par EPA (Entreprendre Pour Apprendre). Sur l'année universitaire, les étudiants développent un projet en groupe. Les trois premiers mois sont consacrés à la perception et la construction d'opportunités. Notre étude traite des sources d'opportunités, ces sources seront répertoriées dans la partie 2. Les opportunités constituent un paradigme important en entrepreneuriat (Chabaud et Ngijol, 2004 ; Messeghem, 2004 ; Verstraete et Fayolle, 2005). La revue de littérature sur l'opportunité nous a permis de construire notre matériau de recherche, et ainsi poser la question « Quelles sont les sources d'opportunités mobilisées par les étudiants ? ». Pour répondre à cette question, nous avons interrogé les étudiants. Notre méthodologie est exposée en troisième partie. Nous avons constaté que la perception et la construction d'opportunité sont toutes les deux mobilisées pour leur projet de mini-entreprises. Nous en avons déduits dans le quatrième point que des compétences entrepreneuriales ont été développées dans cet exercice que constitue la participation au concours des mini-entreprises. Nous terminerons notre propos sur les perspectives offertes par la nouvelle génération d'agriculteurs et les limites de notre étude.

2 Les sources d'opportunités entrepreneuriales

Ce paradigme trouve son origine avec les articles de Venkataraman (1997) et de Shane et Venkataraman (2000). Ils ont refondé le champ de l'entrepreneuriat dans une perspective gestionnaire autour de « l'analyse académique de la façon dont sont découvertes, créées et exploitées, les opportunités de mettre sur le marché de nouveaux biens et services, par qui et avec quelles conséquences » (Venkataraman, 1997, p. 120 ; Shane et Venkataraman, 2000, p. 218). Déterminer les sources des opportunités est une question centrale pour les chercheurs (Venkataraman et al, 2012). Les opportunités peuvent être découvertes à un moment donné puis construites à un autre. En effet, Short et al. (2009: 15) précisent: « *A reasonable middle ground position is that some opportunities are discovered whereas others are created* ».

2.1 Perception d'opportunités

L'opportunité existe avant qu'elle ne soit découverte par des entrepreneurs vigilants et qui ont les compétences pour l'exploiter (Kirzner, 1973 ; Drucker, 1985 ; Shane et Venkataraman, 2000 ; Ardichvili et al, 2003). La perception de l'opportunité dépend de l'expérience acquise, de la recherche d'information et de la vigilance entrepreneuriale. L'expérience acquise diffère suivant l'origine des agriculteurs entrepreneurs. L'expérience acquise de génération en

génération se transmet dans un cadre familial. Les futurs agriculteurs entrepreneurs issus du milieu agricole bénéficient de ce « background expérientiel » (Lanciano et Saleilles, 2010). Les informations acquises constituent la deuxième source de perception des opportunités, l'enseignement à l'université donne accès à des savoirs. Shane (2000) a démontré l'importance de l'information préalable à l'identification d'opportunités. L'information préalable à l'identification d'une opportunité relève de trois dimensions : les marchés, les produits et les problèmes des consommateurs (Shane, 2000). Le concept de vigilance entrepreneuriale introduit par Kirzner (1973) joue un rôle clé dans le processus de détection d'opportunités d'affaires à côté de l'expérience et de l'information. En s'inspirant des travaux initiaux de Kirzner et de ceux de l'approche cognitiviste, Tang et al. (2012) ont modélisé et opérationnalisé la vigilance entrepreneuriale autour de trois dimensions : la veille, la capacité à faire des associations et des connexions entre les informations, et celle d'évaluer et de juger les opportunités.

2.2 Construction d'opportunités

Certains auteurs considèrent l'émergence des opportunités dans une perspective constructiviste (Sarasvathy, 2001 ; De Koning, 2003; Smith et Digregorio, 2003; Saranson, Dean et Dillard, 2005). Les opportunités sont développées, formées, créées par des individus à travers des processus d'apprentissage et de créativité. Ce processus d'apprentissage est facilité par le travail en équipe, l'interaction avec d'autres personnes. Le processus d'identification d'opportunité « collectif » permet de surmonter certaines contraintes associées à la recherche individuelle d'informations (Tremblay et Carrier 2006). Le processus de créativité, concrétisé avec des ateliers d'idéation, va amorcer la construction d'opportunités (Carrier, 2008 ; Fillis et Rentschler, 2010). La construction de l'opportunité dépend de l'imagination de l'entrepreneur (Berglund, 2007).

3 Méthodologie

Nous avons demandé aux étudiants de compléter une première grille trois mois après le début de l'expérience entrepreneuriale (annexe 1). Elle reprend les différentes sources d'opportunités que nous avons listées dans notre revue de littérature. La deuxième grille a été reprise des travaux de Surlemont et Kearney (2009). Les entretiens nous ont permis de compléter notre analyse des différentes sources d'opportunités mobilisées.

3.1 Grilles à compléter

Une première grille a été établie à partir de la littérature en distinguant la perception et la construction d'opportunités. Pour chacun des items, il est demandé aux étudiants de compléter par le chiffre 0, 1, 2 ou 3. Le chiffre 0 correspond à une source de création ou de construction qui n'a pas été mobilisée, le chiffre 1 signifie que la source a été faiblement mobilisée, le chiffre 2, elle l'a été moyennement et le chiffre 3, la source a été fortement mobilisée. L'intérêt de cette grille est qu'elle est facilement compréhensible par les étudiants, rapide à compléter et aisément exploitable.

	0	1	2	3
<p>Perception d'opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expérience antérieure - Recherche d'information : <ul style="list-style-type: none"> sur les marchés sur les produits sur les problèmes des consommateurs - Vigilance entrepreneuriale 				
<p>Construction d'opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interactions, rencontres : <ul style="list-style-type: none"> avec d'autres entrepreneurs avec les membres de votre groupe - Créativité, brainstorming 				

Fig 1 : évaluation des sources d'opportunités

Nous avons complété notre questionnaire d'une deuxième grille sur les capacités entrepreneuriales. Cette grille a été reprise des travaux de Surlemont et Kearney (2009). Les capacités sont regroupées en 15 thèmes. Nous nous sommes attardés sur le premier thème

concernant les opportunités (annexe 2). Certaines questions apparaissent redondantes, cela nous permet de vérifier la cohérence des informations recueillies.

3.2 Recherche action

Le questionnaire reprenant des informations sur chacun des étudiants et les deux grilles à compléter constitue notre matériau. Ce questionnaire est complété par une observation sur l'année universitaire du fonctionnement des mini-entreprises. La définition de la recherche action retenue est celle de Jouisson-laffitte (2009) :

« La recherche action est une démarche de recherche qualitative visant à résoudre un problème concret d'entreprise tout en contribuant à la production de connaissances scientifiques grâce à l'action volontaire d'un chercheur dans une organisation ayant accepté son intervention. La résolution de ce problème passe par la mise en œuvre d'un changement dans l'organisation, lequel, selon la forme de recherche action adoptée par le chercheur, suppose l'implication plus ou moins grande des membres de celle-ci. La recherche action implique donc, de la part du chercheur, la volonté de changer l'organisation et d'apprendre quelque chose de ce changement alors qu'il se produit (et non a posteriori) ».

L'objectif de cette recherche-action est double, elle permet d'enrichir notre matériau de recherche et d'intervenir directement. Une étude qui immerge l'enseignant-chercheur au cœur du projet entrepreneurial pour une durée relativement longue se prête bien à l'étude de l'évolution d'un phénomène complexe au cours du temps (Van de Ven et Huber, 1990). La possibilité de suivre les étudiants tout au long de l'année universitaire permet de mieux comprendre comment les étudiants abordent l'opportunité, quelle place ils accordent à la démarche itérative. Le chercheur dans le cadre d'une recherche action doit jouer le rôle de catalyseur, de consultant et doit participer à l'enrichissement de la théorie. Le chercheur se situe sur un continuum de participation à l'action qui peut aller de la facilitation du processus de changement jusqu'à la promotion d'idées et d'actions visant à changer la situation (Roy et Prévost, 2013).

4 Présentation des résultats

La promotion concernée par notre étude se compose de vingt-deux étudiants. Parmi eux, dix-huit ont un projet de création d'entreprise qui consiste en la reprise de l'exploitation familiale.

Les étudiants participent au concours des mini-entreprises. Ils créent leur entreprise sur l'année universitaire. Cinq projets ont été développés qui ont pour thématique :

- un steak végétal
- une pâte à tartiner à l'huile d'argan
- une préparation fromagère avec des légumes
- une box allégée en sucre
- Une box-goûter avec des produits de la ferme.

Le recueil du matériau empirique s'est fait en deux temps. Tout d'abord, le retour des deux questionnaires complétés par les vingt-deux étudiants. Et ensuite un entretien avec les dix-huit étudiants futurs créateurs d'entreprises.

4.1 Analyse des questionnaires

L'analyse de la grille proposée aux étudiants sur la perception et la construction d'opportunité nous amène au constat suivant : les deux items les plus cités comme source d'opportunité concernent la perception d'opportunité avec l'item « informations sur les produits » et la construction d'opportunité avec l'item « interactions avec les membres du groupe ». Le deuxième questionnaire a demandé davantage d'explications de la part des étudiants. Contrairement au premier questionnaire, les étudiants devaient expliquer sous forme littéraire la construction de chacun des indicateurs dans la génération et l'identification des sources d'opportunités pour leur projet futur et pour la mini-entreprise. Les résultats concordent avec ceux obtenus après l'analyse du premier questionnaire. Les étudiants ont mobilisés des sources à la fois de perception et de construction d'opportunités. L'apport de ce deuxième questionnaire réside dans la description précise des indicateurs pour la mini-entreprise et l'utilisation du conditionnel pour les indicateurs concernant leur projet. Cet exercice de réflexivité pourrait les conduire à davantage prendre en considération les différentes sources de perception et de construction d'opportunité pour définir leur projet de création d'entreprise.

4.2 Analyse des entretiens

Le guide d'entretien se compose de trois parties. Dans la première partie concernant les motivations pour l'installation, le thème de la passion pour l'agriculture, est le plus cité (dix étudiants sur dix-huit l'ont cité comme première motivation pour entreprendre), notamment la passion pour l'élevage (six sur dix). L'envie d'être son propre patron, d'avoir des responsabilités, travailler pour soi sont des thèmes cités comme motivations premières par six étudiants sur dix-huit. Dix étudiants sur dix-huit considèrent que leur installation sur l'exploitation familiale ne correspond pas à une exploitation d'opportunité. Il a été précisé aux étudiants de ne pas considérer l'expression « exploitation d'opportunités » dans un sens péjoratif. La troisième partie du guide d'entretien traite de la possible valorisation de l'expérience entrepreneuriale. La quasi-totalité des étudiants (seize sur dix-huit) pense que l'expérience leur sera utile. Ils considèrent avoir acquis des compétences pour la commercialisation d'une production (huit sur seize), pour le travail en équipe (cinq sur seize), la gestion d'un budget (quatre sur seize). Un étudiant a évoqué les contacts qu'il a pu nouer au cours de cette expérience.

5 Discussion

5.1 : Des compétences de gestion aux compétences entrepreneuriales

Pour les étudiants, l'important, lorsqu'ils reprennent l'exploitation familiale, est d'acquérir des compétences en gestion. Laviolette et Loué (2006) distinguent dans leur référentiel, les compétences entrepreneuriales, managériales et fonctionnelles. Les étudiants ont mentionné lors des entretiens que le concours leur permettait d'acquérir des compétences managériales (gestion des ventes, d'un budget, de communication). L'acquisition de compétences entrepreneuriales a été exprimée de façon implicite, elle s'est vérifiée lors de l'analyse des deux questionnaires. Cette analyse a montré que les étudiants ont utilisé plusieurs sources de perception et de construction d'opportunités, ils ont donc acquis des compétences entrepreneuriales. Le retour fait aux étudiants leur permet de prendre conscience qu'ils ont acquis ces compétences entrepreneuriales. La dimension entrepreneuriale est nécessaire à la croissance et à la pérennité de l'exploitation (Vesala et al, 2007 ; Lans et al, 2017 ; Lachapelle, 2014). Les « compétences d'opportunités » sont mentionnées aussi dans les travaux de De Wolf et al en 2007. Les étudiants doivent intégrer une « conception entrepreneuriale ». Selon la typologie établie par Lagarde (2004, 2006), cette conception trouve une légitimité sociétale. Les programmes des écoles agricoles intègrent le développement de l'esprit entrepreneurial

(Hulsink et al, 2014). Les formations dispensées avant l'installation aident les étudiants à avoir une vision entrepreneuriale (Filion, 1991).

5.2 La passion comme motivation pour l'installation

Dix étudiants sur dix-huit ont mentionné que l'objectif de leur installation n'était pas d'exploiter une opportunité mais d'assouvir leur passion. Simon (2013) a identifié comme motivation pour entreprendre en agriculture, la volonté de poursuivre l'entreprise familiale et la passion. La passion de l'entrepreneur et ses différents types d'objets (passion d'entreprendre, passion professionnel..) viennent questionner les recherches classiques et renforcer les recherches sur l'accompagnement (Barès, Cova et Hombourger, 2017). La passion facilite la perception et la construction d'opportunité (Baron, 2008). L'exploitation d'opportunité permet de vivre de sa passion. Le développement des compétences entrepreneuriales en trouve une autre légitimité.

5.3 Proposition d'enrichissement du questionnaire

L'analyse du deuxième questionnaire a mis en évidence l'intérêt de compléter un même questionnaire concernant à la fois le projet de mini-entreprises et le projet d'installation. C'est un exercice de réflexivité intéressant pour les étudiants.

L'utilisation d'items facilement compréhensibles permet d'éviter d'expliquer en donnant des exemples qui conditionnent les réponses. En effet, le deuxième questionnaire a provoqué un questionnement de la part des étudiants étayé d'exemples, exemples qui ont été repris dans les réponses. Ce qui biaise l'analyse.

Suite aux entretiens, les étudiants ont également évoqué les subventions comme condition de rentabilité de leur projet. Les subventions agricoles pour l'installation (DJA : dotation jeunes agriculteurs) ou le développement de projet de diversification (subvention pouvant atteindre 40 % de l'investissement) ne sont pas négligeables, plus importantes que dans d'autres secteurs. L'ajout d'un item dans notre questionnaire sur les subventions comme sources d'opportunités nous semble nécessaire.

6 Perspectives et limites

6.1 Nouvelles génération

L'entrepreneuriat peut être enseigné (Drucker, 1985 ; Fayolle, Verzat et Wapshott, 2016). L'enseignement de l'entrepreneuriat permet le développement des compétences entrepreneuriales. Les futurs agriculteurs seront plus diplômés. Les exploitants agricoles de moins de 40 ans ont un niveau de formation plus élevé que l'ensemble des exploitants, et dépassent nettement celui de l'ensemble de la population active française, voire des indépendants, de la même classe d'âge, relève Agreste (2012) ; en 2010, 73 % de ces jeunes agriculteurs étaient titulaires du baccalauréat, contre 60 % seulement pour l'ensemble des actifs de moins de 40 ans et 64 % des indépendants. Les futurs agriculteurs vont venir d'horizons plus divers. Anderson (2000) a montré que l'expérience d'un environnement différent (urbain) permet aux agriculteurs de voir leur environnement local comme une opportunité alors que les autochtones le voient comme une contrainte. Les innovations peuvent apparaître mais il faut en faciliter leur mise en œuvre. Grunert *et al.* (2008) spécifient l'importance pour les producteurs agricoles d'établir un réseau de communication avec les clients, les fournisseurs et les institutions de recherche. Pour innover en agriculture et pour entreprendre, il faut démontrer aux agriculteurs qu'ils ont des ressources intéressantes et créer des groupes, des réseaux qui viennent compléter les manquements en termes de compétences. La formation, la provenance d'horizons variés et l'accès aux réseaux pourront faire l'objet de recherches futures sur le développement des compétences entrepreneuriales.

6.2 Limites

Comme le souligne Chia (1996, p 54), le chercheur n'accède jamais à une objectivité totale « Nous ne sommes pas des dieux voyant tout, qui se tiennent en dehors de ce qu'ils observent, développant des concepts qui correspondent à toutes les expériences humaines, au lieu de cela nous faisons vraiment partie de ce que nous étudions ». Nous avons identifié deux biais à notre recherche, le premier découle du constat de Chia : nous faisons partie de notre terrain, le chercheur baigne dans le milieu agricole depuis son enfance, cette connaissance peut donner lieu à des préconceptions. Le deuxième est un biais de désirabilité, le chercheur est également l'enseignant en entrepreneuriat, la personne qui évalue les étudiants. Ce questionnaire peut être considéré comme une auto-évaluation même si les consignes données ont été que ce questionnaire était destiné à la recherche.

La formation faisant l'objet de notre recherche participe au concours des mini-entreprises depuis 5 ans avec le même enseignant (également responsable de la formation), ce qui a donné lieu à de nombreuses observations mais le regard et la posture de chercheur sont récents. Le

recueil et l'analyse des données ne portent donc que sur une seule promotion d'étudiants. Le questionnaire établi sur la perception et la construction est un outil qui sera utilisé dans les années futures, il constitue un retour d'information pour l'enseignant lui permettant d'aider l'étudiant à prendre conscience de sa démarche et à utiliser plusieurs sources de perception et de construction d'opportunités auxquelles il n'a pas eu forcément recours. Pour le chercheur, ce matériau de recherche, constitué par le retour des questionnaires, permettra de confirmer ou d'infirmer les résultats obtenus par la recherche exploratoire, il pourrait être étendu à d'autres formations agricoles et non-agricoles.

Conclusion

Cette expérience entrepreneuriale menée dans le cadre de la participation au concours des mini-entreprises développe des compétences entrepreneuriales, en effet, les étudiants ont identifié des sources d'opportunités variées. Le travail réflexif mené sur l'identification et la construction d'opportunité devrait permettre aux étudiants d'élargir leurs sources d'opportunités lors de leur projet d'installation.

Bibliographie

- Agreste Primeur. (2012), « Jeunes agriculteurs, parmi les actifs les mieux formé » Recensement agricole 2010 Agreste Primeur n°281.
- Anderson, A. (2000), « The protean entrepreneur : the entrepreneurial process as fitting self and circumstance », *Journal of Enterprising Culture*, 8(3) p. 201-234
- Ardichvili A., Cardozo R. & Ray S. (2003), « A Theory of entrepreneurial Opportunity Identification and Development », *Journal of Business Venturing*, 18, p. 105-123.
- Barès, F., Cova, B. & Hombourger-Barès, S. (2017), « Coaching entrepreneurial : comment intégrer la passion ? », *Entreprendre & Innover*, 35,(4), p. 7-18.
- Baron, R.A. (2008), « The Role of Affect in the entrepreneurial Process », *Academy of Management Review*, 33, p. 328-340.
- Berglund, H. (2007), “Opportunities as existing and created: a study of entrepreneurs in the Swedish mobile internet industry”, *Journal of Enterprising Culture*, 15 (3), p. 243-273.
- Carrier, C. (2008), « The prospective map : a new method for helping future entrepreneurs in expanding their initial business ideas », *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, Volume 5 n° 1, p. 28-44.
- Commission Européenne. (2013), Plan d’action « Entrepreneuriat 2020 » Raviver l’esprit d’entreprise en Europe.
- Chabaud, D. & Ngijol J. (2004), « La reconnaissance des opportunités de marché par l’entrepreneur : faut-il changer de perspective ? », 13e conférence de l’Association Internationale de Management Stratégique (AIMS), Le Havre.
- Chabaud, D. & Ngijol, J. (2005), « La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance des opportunités de marché », *Revue internationale des PME*, vol. 19 n°1, p. 29-44.
- Chia, R. (1996). “The problem of reflexivity in organizational research : Towards a postmodern science of organization”. *Organization* 3 (1) p 31-59.
- De Koning, A. (2003), « Opportunity Development: A Socio-Cognitive Perspective », in J. KATZ, D. SHEPHERD (dir.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 6, Oxford: JAI Press/Elsevier, p. 265-314.
- De Wolf, P., McElwee, G. & Schoorlemmer, H. (2007), ‘The European farm entrepreneur: a comparative perspective’, *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 4, No. 6, pp.679–692.
- Drucker, P. F. (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, New York, Harper and Row.
- Fayolle, A., Verzat, C., & Wapshott, R. (2016). “In quest of legitimacy: The theoretical and methodological foundations of entrepreneurship education research”. *International Small Business Journal*, 34(7), p. 895–904.
- Filion, L.J. (1991), *Visions et relations*. Editions de l’Entrepreneur Montréal.

Fillis, I. & Rentschler., 2010, « The role of creativity in entrepreneurship », *Journal of Enterprising Culture*, Volume 8 n° 1 March, p. 49-81.

Gibb, A. A. (1993). "Enterprise culture and education: Understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals". *International small business journal*, 11(3), p.11-34

Grunert, K. G., Jensen, B. B., Sonne, A.-M., Brunsø, K., Byrne, D. V., Clausen, C., Friis, A., Holm, L., Hyldig, G., Kristensen, N.H., Lettl, C. & Scholderer, J. (2008). "User-oriented innovation in the food sector: relevant streams of research and an agenda for future work". *Trends in Food Science & Technology*, 19(11), p. 590-602

Hulsink, W, Dons, H, Lans, T, Blok, V. (2014), "Boosting entrepreneurship education within the knowledge network of the Dutch agri-food sciences: the new Wageningen approach". In: *Handbook on the Entrepreneurial University*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; p. 248-278.

Jouison-Laffitte, E. (2009). « La recherche action : oubliée de la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, volume 8, p. 1-35.

Kirzner, I.M. (1973), *Competition and entrepreneurship*, Chicago: University of Chicago Press.

Lachapelle, N. (2014). « Management des compétences innovatrices des producteurs agricoles » Thèse. Montréal (Québec, Canada), Université du Québec à Montréal, Doctorat en administration

Lackéus, M. (2015), "Entrepreneurship in education: What, why, when, how", Background Paper.

Lagarde, V. (2004), « Influence du profil du dirigeant sur le type de diversification en petite entreprise. Application au cas agricole ». Thèse en Sciences de Gestion, Faculté de Droit et de Sciences Economique de Limoges, 420 p.

Lagarde, V. (2006) « Le profil du dirigeant comme variable explicative des choix de diversification en agriculture », *La Revue des Sciences de Gestion* 2006/4 (n°220-221), p. 31-41.

Lanciano E & Saleilles S.(2010) « Le développement des circuits-courts alimentaires : un nouveau souffle entrepreneurial dans l'agriculture ? ». Congrès International francophone sur l'Entrepreneuriat et la PME. Bordeaux.

Lans, T., Seuneke, P. & Klerkx, L. (2017). « Agricultural entrepreneurship". In *Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship*. New York: Springer, p. 1-7

Lavolette, E.M & Loué.C. (2006), « Les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel », Fribourg, 8^{ème} CIFEPME, Octobre.

Messeghem K. (2004), « L'opportunité au cœur du management entrepreneurial : apport de l'école autrichienne », 3^e Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lyon, mars.

Pepin, M. (2011), « L'entrepreneuriat en milieu scolaire : de quoi s'agit-il ? » *Revue des sciences de l'éducation de McGill*, 46(2), p. 303-326.

- Pepin, M, (2017), « L'action collective des adolescents : premiers pas d'entrepreneurs ? », *Agora débats/jeunesses* n°75
- Roy, M et Prévost, P. (2013), « La recherche-action : origines, caractéristiques et implications de son utilisation dans les sciences de la gestion ». *Recherches qualitatives*, 32(2), p. 129-151.
- Sarason, Y., Dean, T & Dillard, J.F (2005), « Entrepreneurship as the nexus of individual and opportunity: a structuration view" *Journal of business venturing* 21 p. 286-305
- Sarasvathy, S.D. (2001), « Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial Contingency », *Academy of Management Review*, vol. 26, n° 2, p. 253-263.
- Shane, S. (2000). "Prior Knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities". *Organization Science*, 11 p. 448-469
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000), « The promise of Entrepreneuriat as a Field of Research », *Journal of Enterprising Culture*, 25 :1, p. 217-226.
- Short, J. C, Moss T., & Lumpkin G. T. (2009), "Research in social entrepreneurship : past contribution and future opportunities". *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3 p. 161-194.
- Simon, B., (2013), « L'installation en agriculture. La construction de l'intention entrepreneuriale », *Economie Rurale*, N° 334, p. 23-38.
- Smith, K.G & Di Gregorio, D. (2003) « Bisociation, Discovery and the role of Entrepreneurial Action, in Hitt, M.A. Ireland, R.D., Camp, S.M., et Sexton, D.L. (Eds)" *Strategic Entrepreneurship, Creating a New Mindset*, Blackwell publishers, p. 129-150
- Surlemont, B. & Kearney, P. (2009), *Pédagogie et esprit d'entreprendre*, Bruxelles, De Boeck.
- Tang J, Kacmar K.M. & Busenitz L, (2012), « Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities » *Journal of Business Venturing* 27,1 p. 77-94.
- Tremblay, MP & Carrier, C .,(2006) « Développement de la recherche sur l'identification collective d'opportunités d'affaires : assises et perspectives » *Revue de l'entrepreneuriat* 2006/2 (vol5) p. 69-88.
- Van De Ven A & Huber G (1990), « Longitudinal field Research Methods : studying Processes of Organizational Change ». *Administration Science quarterly* 1(3) p. 213-219.
- Venkataraman, S. (1997), "The distinctive domain of entrepreneurship research, in *Advances in Entrepreneurship*", *Firm Emergence and Growth*, volume 3, Edited by Katz J. and Brockhaus R., Greenwich, JAI Press, p. 119-138.
- Venkataraman, S., Sarasvathy, S.D., Dew N. & Forster W.R. (2012), "Reflections on the 2010 Amr Decade Award : Whither the Promise ? Moving Forward with Entrepreneurship as a Science of the Artificial" *Academy of Management Review*, vol 37, n°1, p..21-33.
- Verstraete, T & Fayolle, A. (2005), « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat* vol. 4 n °1, p. 33-52.

Vesala, T.M., Peura, J., & McElwee G. (2007), "The Split entrepreneurial identity of the farmer". Journal of Small Business and Enterprise Development, 14(1), p. 48-63.

Annexe 1 : Résultats de la grille sur la perception et la construction d'opportunité.

1 : Expérience antérieure

2 : Recherche d'informations sur les marchés

3 : Recherche d'informations sur les produits

4 : Recherche d'informations sur les problèmes des consommateurs

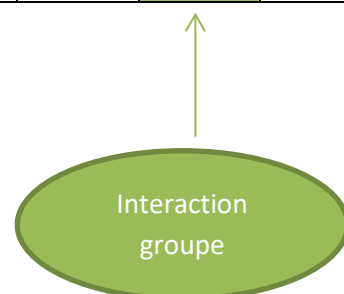
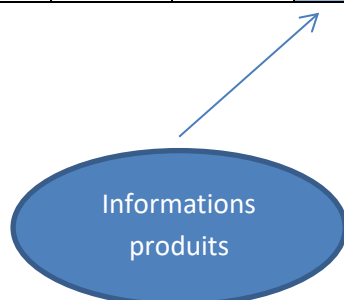
5 : Vigilance entrepreneuriale

6 : Interactions, rencontres avec d'autres entrepreneurs

7 : Interactions, rencontres avec les membres de la mini

8 : Créativité, brainstorming

	Perception d'opportunité					Construction		
	1	2	3	4	5	6	7	8
Priscille	3	2	2	2	2	1	3	1
Abdel	0	2	2	3	3	1	1	2
Ayoub	1	2	2	1	3	0	1	2
Simon	2	2	1	1	2	0	1	2
Aurélien	1	1	2	1	2	0	1	2
Lorine	3	1	2	3	3	0	3	2
Lucie	2	1.5	3	2.5	2	1	3	2
Céline	1	2	3	3	2	1	3	3
Constance	1	2	3	2	2	1	3	3
Laurine	3	3	2	2	2	2	2	2
Aurélien	2	3	2	3	2	1	1	2
Kévin	2	2	2	1	2	3	3	1
Céline	3	2	2	2	2	1	3	1
Hélène	3	2	2	1	2	3	3	2
Laure	3	2	2	2	2	1	3	2
Estelle	2	1	1	2	1	1	2	1
Aimad	3	3	3	2	1	0	3	3
Manon	0	2	3	2	1	1	1	1
Charlotte	1	3	3	2	2	2	2	1
Chloée	2	2	2	3	2	0	3	2
Marie	1	2	3	2	2	1	3	3
Hamza	3	3	3	2	3	1	3	3
Somme	42	45.5	50	44	45	22	51	43



Annexe 2 Grille reprise des travaux de Surlemont B. & Kearney P. (2009)

Générer, identifier et évaluer des opportunités

- a) Indicateurs de performance pour la génération et l'identification des opportunités
 - Considérer les besoins des personnes
 - Considérer les souhaits des personnes
 - Identifier les situations où certains besoins et souhaits ne sont pas comblés
 - Chercher des moyens d'améliorer les produits et services existants
 - Considérer les moyens d'appliquer de nouvelles technologies
 - Utiliser des techniques de génération d'idées sans les évaluer

- b) Indicateurs de performance pour évaluation d'opportunités
 - Estimer le temps nécessaire
 - Se rendre compte des efforts nécessaires
 - Evaluer les habilités nécessaires
 - Identifier et évaluer les ressources nécessaires
 - Analyser ses propres objectifs et ses atouts
 - Considérer la valeur sociale
 - Chercher un niveau de demande
 - Comparer avec d'autres opportunités