

**ENTREPRENEURIAT INTERNATIONAL ET ACCOMPAGNEMENT :
NECESSITE D'UNE APPROCHE CENTREE SUR LE RESEAU.**

KASMAOUI FATIMA ZAHRA,

Université Cadi Ayyad, FSJESM (GREFSO/CREOP)

Maroc

f.kasmaoui@gmail.com

LOUITRI ABDENBI,

Université Cadi Ayyad, FSJESM (GREFSO)

Maroc

abdou.louitri@lmsmark.com

HLADY-RISPAL MARTINE

Université de Limoges, IAE Limoges (CREOP)

France

martine.hlady-rispal@unilim.fr

ENJEUX ET PROBLEMATIQUE :

La problématique de l'accompagnement constitue une préoccupation partagée par les instances publiques de tous les pays. Depuis la création de la première agence dédiée à la promotion des exportations en Finlande en 1919, ce type de dispositifs est devenu populaire durant les années 60 pour booster les exportations et lutter contre les déficits commerciaux (Lederman et al. 2006). Ainsi, qu'elles soient destinées à la promotion de l'entrepreneuriat local ou international, les structures d'accompagnement mettent en place une panoplie de mesures destinées à cette finalité. Il s'avère donc important d'aborder cette question de l'accompagnement dans le contexte marocain afin d'en dévoiler les caractéristiques et les spécificités.

Dans un contexte d'entrepreneuriat international marqué par la découverte, l'engagement,

l'évaluation et l'exploitation d'opportunités, en dehors des frontières nationales afin de créer de futurs biens et services (Oviatt et McDougall 2005), une nouvelle catégorie d'entreprises émerge. Nommée Born Global (Oviatt et McDougall, 1994), International New Ventures ((McDougall, Shane, Oviatt, 1994 ; Oviatt et McDougall, 1994, 1997), Early Internationalizing Firms (EIF) (Knight, Madsen, et Servais, 2004) ou encore les Entreprises à Internationalisation Précoce et Rapide (EIPR) (Servantie 2010), ces entreprises qui s'internationalisent dès leur création, ou très peu de temps après, s'accaparent, de plus en plus, l'intérêt des chercheurs vu qu'elles présentent l'enjeu majeur de remise en question de l'universalité des modèles traditionnels d'internationalisation des PME (Johanson et Wiedersheil-Paul, 1975).

Afin de comprendre le processus d'internationalisation de ces EIPR, il est ~~sera~~ nécessaire de reconnaître le rôle de clef de voûte de ces entreprises, celui de l'entrepreneur et de ses réseaux d'affaires (Barbat, Hlady-Rispal, Randerson, 2014 ; McDougall et al. 1994). Le premier élément explicatif du phénomène de l'entrepreneuriat international (l'entrepreneur) fait référence à la notion du capital humain, qui se définit comme « la valeur des compétences, des aptitudes, des connaissances et d'expériences qu'une personne apporte à une organisation ». (Envick 2004)¹, le deuxième élément (réseau, ressources financières), quant à lui, est beaucoup plus lié au contexte de l'entrepreneur, constituant ainsi le capital social, dans sa dimension relationnelle, qui renvoie, à notre sens, à la question de l'accompagnement à l'international des PME naissantes.

T. Verstraete et L. Filion (2001) annoncent que si l'acte (entrepreneurial) est le fait d'un individu ou d'un groupe d'individus entrepreneurs, le contexte n'est pas neutre quant à leur incitation et aux aides auxquelles ils peuvent prétendre (infrastructure, informations, disponibilité de ressources, etc). À notre sens, ce contexte est constitué de l'ensemble des acteurs qui ont pour mission d'accompagner les entreprises dans leur engagement à l'international. Force est de rappeler que la littérature sur l'accompagnement à l'international s'est toujours intéressée aux modèles processuels et incrémentaux de l'internationalisation (Johanson et Valhne, (1977), Johanson et Wiedersheim-Paul, (1975)).

En revanche, tout en préservant le rôle primordial que joue la connaissance dans le développement international des jeunes entreprises, la littérature sur l'entrepreneuriat international montre que les EIPR ont une autre source d'avantage concurrentiel, qui est le

¹ M. El Agy et H. Bellihi 2013

réseau, qui assure conjointement un apport en connaissances, en opportunités d'affaires et en savoir-faire. (Catanzaro, Messeghem, Sammut 2012). Cependant, l'intégration de cette dimension dans les modalités d'accompagnement à l'international, reste encore faible.

De ce fait, cette communication s'articulera autour de l'étude de l'accompagnement des entreprises à internationalisation précoce et rapide, via la dimension de réseau.

Ainsi nous pouvons formuler notre problématique comme suit :

Dans quelle mesure l'accompagnement à l'international, par le développement des réseaux, favorise-il l'orientation internationale précoce et rapide des PME naissantes ?

REVUE DE LITTERATURE :

1. Accompagnement à l'international : Nécessite d'une actualisation des dispositifs:

1.1.L'accompagnement à l'international : Un dispositif au service de l'approche traditionnelle de l'internationalisation.

Défini comme étant l'ensemble « Des mesures de politiques publiques ou parapubliques visant à fournir aux entreprises les ressources manquantes pour débiter puis/ou renforcer leurs activités d'exportation et être performantes sur le plan international » (A. Catanzaro (2014), l'accompagnement à l'international renvoie aux dispositifs d'aides et d'assistance spécifiques aux entreprises engagées dans un processus d'exportation tout en occultant les autres formes d'entrée sur les marchés étrangers, nous parlons donc d'un accompagnement dédié à l'exportation.

De ce fait, certains auteurs considèrent que les programmes d'accompagnement à l'activité d'exportation visent à soutenir les entreprises en trois phases, qui ne sont rien d'autres que les étapes du processus graduel de l'engagement à l'exportation (Wiedersheim, Oison et Welch 1978). Il s'agit de la phase de Sensibilisation à l'existence d'opportunités à l'exportation et les bénéfices à en tirer. La phase de Fourniture d'informations sur les marchés étrangers qui correspond aux services d'accompagnement informationnels. Et enfin, l'étape de l'Octroi des aides pour faciliter l'introduction de l'entreprise sur le marché étranger et qui fait référence souvent aux services d'accompagnement opérationnels et financiers.

Au fil du temps, et suite à l'acquisition de l'expérience sur les marchés étrangers, l'entreprise développe sa capacité d'absorption et accroît, par conséquent, l'apprentissage individuel de ses acteurs, nourrissant ainsi la dynamique d'apprentissage organisationnel, couplée à un accroissement des besoins en informations et en connaissances de plus en plus sophistiquée. Ainsi, une autre catégorisation des services d'accompagnement à l'exportation est proposée par Czinkota (2002): D'abord, le transfert de connaissances informationnelles et

expérientielles pour développer les compétences internationales des entrepreneurs potentiels (par des séminaires, du conseil, des salons à l'étranger...). Ensuite, il s'agit du subventionnement direct ou indirect des activités d'exportation (crédits d'impôts...). Et enfin, les services visant la réduction des formalités administratives et des contraintes juridiques (la diminution des exigences pour les licences d'exportation...).

En somme, cette approche de l'accompagnement à l'international semble inadaptée aux spécificités des EIPR, qui sont disposées à prendre des risques et à s'engager dans plusieurs marchés étrangers à la fois dès leur jeune âge (Oviatt et McDougall, 1994). Cette situation incite à croire que le champ de l'entrepreneuriat international est totalement ignoré.

1.2.L'accompagnement des Entreprises à Internationalisation Précoce et Rapide : un défi pour les structures d'accompagnement à l'international:

En se positionnant dans le champ de l'entrepreneuriat international, l'EIPR se définit comme « une organisation qui dès sa naissance cherche à tirer un avantage concurrentiel de l'utilisation de ses ressources et de la vente de ses produits dans de multiples pays » McDougall et Oviatt (1994). Cette catégorie d'entreprises possède des caractéristiques particulières. Concernant leur processus d'internationalisation, ces entreprises s'engagent à l'international dans les trois premières années d'existence voire d'emblée, sans passer par le processus incrémental de l'internationalisation. Ainsi, selon McDougall et al, (1994) la compréhension de ces entreprises passe par de nouvelles perspectives théoriques surtout celle des réseaux. Ces derniers, qui permettent de combler les besoins en ressources financières et organisationnelles, contribuent fortement à l'explication de la précocité et de la vitesse de l'internationalisation des EIPR. Une autre singularité qui caractérise ces entreprises concerne le rôle primordial que joue l'entrepreneur ou le dirigeant dans leur succès international malgré leurs ressources limitées. Cela est dû, en grande partie, aux caractéristiques propres à ces dirigeants/entrepreneurs potentiels, qui sont souvent expérimentés, disposant des savoir-faire en termes d'affaires internationales et d'une vision globale proactive, et pour eux l'internationalisation ne constitue pas un risque (Oviatt et McDougall 1994). Autrement dit, ces jeunes entrepreneurs voient des opportunités que d'autres ne voient pas, grâce aux compétences uniques qu'ils ont développées du passé (réseaux, connaissances ou parcours). En revanche, le positionnement des EIPR dans des niches exige des informations personnalisées et de pointe ainsi que des connaissances spécifiques, que les programmes d'accompagnement à l'exportation ne sont pas en mesure de fournir. Par ailleurs, la combinaison de ces trois dimensions (réseau, connaissance et ressources) permet la constitution d'un avantage

concurrentiel inimitable, source du succès international de ces entreprises.

A la précocité de l'engagement international de ces entreprises naissantes, s'ajoute également le critère de rapidité qui met en avant la dimension temporelle qui caractérise ces entreprises et qui se manifeste dans la simultanéité de conquête de plusieurs débouchés.

A l'égard de ces spécificités, nous considérons que les mesures d'accompagnement à l'exportation se trouvent inadaptées aux EIPR. Pour Bell et al. (2003), le fait de « proposer des soutiens publics pour stimuler l'activité à l'exportation de ces entreprises, s'apparente à prêcher des convertis et à utiliser inefficacement les ressources rares des programmes d'accompagnement ». En d'autres termes, les mesures d'accompagnement à l'international traditionnelles ne sont pas en mesure de répondre aux besoins des EIPR, mais plutôt compatibles avec les entreprises qui suivent un processus d'internationalisation par les étapes. Force est de constater, que la problématique de l'accompagnement à l'international souffre d'une double myopie (S. Sammut 2003). La première étant temporelle qui se manifeste dans un accompagnement de courte durée. De ce fait, les EIPR, vue la simultanéité de leurs accès à des marchés étrangers multiples, souffrent de l'absence d'une logique de suivi ancré dans le temps. La deuxième myopie, est d'ordre spatial, et fait référence aux schémas et aux modalités stéréotypés de l'accompagnement à l'international.

Donc, ces éléments d'inadéquation permettent de montrer l'impertinence du processus d'accompagnement quant aux besoins des EIPR.

1.3. Accompagnement à l'international par les réseaux : une adaptation aux spécificités des EIPR.

Selon la théorie de l'internationalisation par les réseaux (Johanson et Mattsson, 1988), l'engagement à l'international de la PME passe par la prise de positions dans les réseaux auxquels elle appartient. Ces derniers contribuent grandement au succès international de l'entreprise via l'identification de nouvelles opportunités à l'étranger, l'amélioration du niveau de connaissance sur les marchés étrangers, et la fourniture de ressources susceptibles de combler le besoin en financement. Nous estimons donc que ces réseaux sont particulièrement favorables à l'extension internationale des PME. Dans la même lignée, nous pouvons distinguer entre deux types de réseaux. D'une part des réseaux sociaux, qui font référence à l'ensemble des relations sociales et interpersonnelles, fondées sur une logique de sociabilité et d'attentes sociales, et à travers lesquelles les individus accèdent à des ressources intégrées afin d'améliorer les rendements attendus. Dans ces réseaux, les liens entre les individus s'articulent autour de la confiance et des obligations. La notion de capital social permet

d'expliquer la valeur des ressources générées par ce type de réseau. D'autre part, on parle de réseaux calculatoires ou calculés : ils sont généralement liés à l'investissement dans des relations calculées et inter-organisationnelles fondées sur une logique économique, une logique d'affaires et d'attentes professionnelles, et grâce auxquelles les entreprises accèdent à des connaissances pour améliorer le rendement économique attendu. Les liens entre les entreprises sont ici moins engageants et plus instables que dans une logique sociale entre individus. La notion de capital réseau permet de capturer les ressources contenues dans ces réseaux interentreprises.

Ainsi, quel que soit le type du réseau, les relations générées permettent de créer de la valeur pour l'entreprise en mettant à sa disposition des ressources tangibles et intangibles susceptibles de lui fournir des informations et des savoir-faire, des opportunités d'affaires, des compétences ou des capacités de gestion et des connaissances des marchés, contribuant ainsi à la création de son avantage compétitif durable. En d'autres termes, pour répondre à leurs besoins et singularités, les EIPR reposent sur l'exploitation des réseaux qui permettent à leurs entrepreneurs d'obtenir rapidement des avantages en termes de connaissances et de ressources. Dans ce cas, l'apprentissage progressif de l'international est remplacé par un recours aux réseaux donnant un accès précoce aux marchés étrangers.

En revanche, Oviatt et McDougall (2005) mettent en avant les caractéristiques du réseau qui vont influencer positivement la rapidité de l'internationalisation de la jeune entreprise.

Il s'agit du :

- nombre important de liens faibles (relations avec les clients, fournisseurs, investisseurs...).
- la grande taille du réseau,
- la forte densité du réseau (les réseaux à faible densité lient des acteurs disparates tandis que les réseaux denses lient des acteurs redondants).

Pour assurer donc la rapidité du processus d'internationalisation de son entreprise, l'entrepreneur potentiel doit veiller à ce que son réseau soit calculatoire d'une grande envergure et dominé par des liens faibles.

De ce qui précède, nous pouvons considérer que les réseaux contribuent fortement à la réussite des projets à l'international des jeunes entreprises naissantes. Cela est dû, à leur capacité à répondre aux spécificités de celles-ci. Nous pouvons donc, supposer que le développement d'un accompagnement centré sur les réseaux contribuera efficacement à

l'enrichissement de la littérature sur l'entrepreneuriat international et l'accompagnement entrepreneurial.

Du point de vue des spécificités des EIPR, pour surmonter le défi de la précocité de l'engagement international, les réseaux dans lesquels l'entrepreneur est engagé permet de combler le besoin en ressources tangibles (financières) et intangibles (connaissances). En d'autres termes, pour pallier le critère de la simultanéité d'accès à différents marchés étrangers, les réseaux permettent de fournir un accompagnement en termes de connaissances et d'informations sur ces marchés à conquérir, tout s'inscrivant dans une logique de suivi ancrée dans le temps. Enfin, le choix des modes d'entrée sur les différents marchés se fait conjointement avec les partenaires du réseau, assurant ainsi à l'entreprise naissante la possibilité de faire le choix optimal, en leur apportant les connaissances nécessaires pour s'engager sur les marchés adéquats via les modes d'entrée les plus adaptés.

D'une manière concrète, il existe trop peu de programmes qui contribuent au développement des réseaux des entreprises. Il s'agit par exemple des missions commerciales à l'étranger qui permettent d'établir plus rapidement des contacts d'affaires (Seringhaus, 1994)².

2. METHODOLOGIE :

En s'inscrivant dans un travail doctoral en cours, cette communication cherche à analyser les mesures d'accompagnement mises à la disposition des EIPR dans le contexte marocain et à comprendre la place qu'occupe et la valeur qu'apporte la dimension réticulaire (de réseau) dans ce dispositif d'accompagnement et qui facilite l'internationalisation précoce et rapide des PME naissantes. Par ailleurs, le passage du récit théorique aux faits empiriques est assuré par une recherche qualitative basée sur l'étude de cas exploratoire qui, excepté sa finalité exploratoire, permet de tester, de générer une théorie et de décrire un phénomène peu connu (Hlady-Rispal et Jouison-Laffitte, 2015). Dans ce sens, Yin (1984) ; Eisenhardt (1989) ; Smeltzer et Zener (1992) considèrent que l'étude de cas s'avère particulièrement utile, dans les situations où l'on veut répondre au comment et au pourquoi des phénomènes, dans les situations où les chercheurs ont peu de contrôle sur les événements étudiés et dans les situations où l'attention est dirigée vers des phénomènes contemporains dans un contexte de vie réelle. Elle permet de démystifier et de comprendre en profondeur le phénomène social complexe étudié (Hlady-Rispal et Servantie, 2016).

² A. Catanzaro (2011)

Dans le but de réponse à notre question générale, deux études de cas sont en cours de réalisation. Cette étude empirique se compose à la fois d'entretiens avec une EIPR marocain et avec des acteurs d'accompagnement publics marocains.

3. RESULTATS ATTENDUS :

Cette étude empirique fera ressortir des résultats qui concerneront:

- les spécificités de l'offre d'accompagnement mise à la disposition des EIPR marocaines à l'encontre des entreprises à internationalisation graduelle.
- Les forces et les lacunes du système marocain d'accompagnement à l'international.
- La place de la dimension réticulaire (réseau) dans les mesures d'accompagnement à l'international et sa contribution effective dans l'engagement international précoce et rapide des entreprises.

Ces résultats attendus, et bien d'autres qui seront dévoilé à la fin de l'étude, vont nous permettre de mettre le point sur les insuffisances de l'offre d'accompagnement et de faire des propositions aux acteurs d'accompagnement basées sur la dimension du réseau et compatibles, avec les spécificités du domaine de l'entrepreneuriat international et des EIPR marocaines.

BIBLIOGRAPHIE :

- BACULARD. H, JULIA. J (2011) : « LES IMMATERIELS ACTIFS : LE NOUVEAU MODELE DE LA CROISSANCE ». LE CHERCHE MIDI.
- BANERJEE. S, PRABHU J.C, CHANDY. R.K (2015): « INDIRECT LEARNING: HOW EMERGING MARKET FIRMS GROW IN DEVELOPED MARKETS ». FORTHCOMING, JOURNAL OF MARKETING, JANUARY.
- BARBAT V., HLADY-RISPAL M., RANDERSON K. (2014). "DISENTANGLING THE ROLES OF INTERNATIONAL ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND NETWORKING IN THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF SESBS", INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS, VOL. 23, NO.3, P.363-384.
- BELL J., MCNAUGHTON R., YOUNG S., CRICK D. (2003), "TOWARDS AN INTEGRATIVE MODEL OF SMALL FIRM INTERNATIONALIZATION", JOURNAL OF INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP, 1, P. 339-363.

- BILKEY.W.J, TESAR.G (1977) « THE EXPORT BEHAVIOR OF SMALLER-SIZED WISCONSIN MANUFACTURING FIRMS ». JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES, VOL. 8, ISSUE1, PAGES 93-98.
- CABROL. M, NLEMVO. F (2012) : « DIVERSITE DE COMPORTEMENT DES ENTREPRISES NOUVELLES ET INTERNATIONALES: ESSAI DE VALIDATION D'UNE TYPOLOGIE ». REVUE DE L'ENTREPRENEURIAT 11 (3), PP.111-136.
- CHANG-XING. C, HAI-YAN. M (2009) « BUSINESS, NETWORK, AND ENTREPRENEUR: THE DRIVERS OF RAPID INTERNATIONALIZATION OF THE BORN GLOBAL FIRMS ». SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT.
- CATANZARO. A (2011): « DE L'ACCOMPAGNEMENT A L'EXPORTATION AUX NOUVELLES FORMES D'ACCOMPAGNEMENT A L'INTERNATIONAL : ILLUSTRATION PAR LES PRATIQUES D'UNE REGION FRANÇAISE ». 7 EME CONGRES DE L'ACADEMIE DE L'ENTREPRENEURIAT ET DE L'INNOVATION PARIS.
- CATANZARO. A, MESSEGHEM K, SAMMUT. S (2012) (A) : « LES PROGRAMMES D'ACCOMPAGNEMENT A L'INTERNATIONAL ET L'IMPACT SUR LA PERFORMANCE : UN MODELE CONCEPTUEL POUR LES JEUNES FIRMES ENTREPRENEURIALES ». MRM-UNIVERSITE DE MONTPELLIER.
- CATANZARO. A, MESSEGHEM. K, SAMMUT. S (2012), (B) : « ACCOMPAGNER L'ENTREPRISE A INTERNATIONALISATION PRECOCE ET RAPIDE : LA PLACE CENTRALE DE LA DIMENSION RETICULAIRE ». REVUE DE L'ENTREPRENEURIAT. N° 3, VOL. 11. 18
- CATANZARO. A (2014) : « INFLUENCE DES SERVICES D'ACCOMPAGNEMENT A L'EXPORT SUR LES RESSOURCES ET LA PERFORMANCE INTERNATIONALE DES EXPORTATRICES PRECOCES». THESE DE DOCTORAT, ÉCOLE DOCTORALE ÉCONOMIE ET GESTION DE MONTPELLIER ET DE L'UNITE DE RECHERCHE MRM.
- DUSSUC. B, GEINDRE. S (2012): « CAPITAL SOCIAL, THEORIE DES RESEAUX SOCIAUX ET RECHERCHE EN PME : UNE REVUE DE LA LITTERATURE ». 11EME CONGRES CIFEPME.

- EL AGY. M, BELLIHI, H (2013): « PRATIQUES D'ACCOMPAGNEMENT, SUCCES ENTREPRENEURIAL ET ACCES AU FINANCEMENT EXTERNE : CAS DES ENTREPRENEURS NAISSANTS MAROCAINS ». ÉQUIPE DE RECHERCHE 'EDMP', LABORATOIRE 'LARGE'- ENCG.
- EL IDRISSE. D, HAUCH. V (2012): « ENTREPRENEURIAT INTERNATIONAL ET RESEAUX SOCIAUX POUR LES PME INNOVANTES : QUELLES PERCEPTIONS POUR QUELLES STRATEGIES ? ». REVUE DE L'ENTREPRENEURIAT, VOL. 11.
- FABBRI. J, CHARRUE-DUBOC, F (2012) : « VERS UN NOUVEAU MODELE D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL : LE CAS DE LA RUCHE ». ACTES JOURNEES MRM: 2EME RENCONTRE ENTRE ACTEURS DES RESEAUX D'ACCOMPAGNEMENT ET CHERCHEURS, « REGARDS CROISES SUR LES PRATIQUES D'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL».
- HLADY-RISPAL M., SERVANTIE V. (2016). "BUSINESS MODELS IMPACTING SOCIAL CHANGE IN VIOLENT AND POVERTY-STRICKEN NEIGHBOURHOODS: A CASE STUDY IN COLOMBIA". INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL, P.1-22.
- HLADY RISPAL M., JOUISSON-LAFFITTE E. (2015). LA CONTRIBUTION DES METHODES QUALITATIVES AU DEVELOPPEMENT DU CHAMP DE L'ENTREPRENEURIAT, REVUE DE L'ENTREPRENEURIAT, VOL.14, N°1, P. 15-40.
- JOHANSON. J, WIEDERCHEIM-PAUL. F (1975): « THE INTERNATIONALIZATION OF THE FIRM –FOUR SWEDISH CASES ». JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES. VOLUME 12, ISSUE 3, PAGES 305–323.
- JULIEN. P.A. (2007) : « LE RESEAUTAGE RICHE : UNE CONDITION DE CROISSANCE POUR LES PME ». VEME CONGRES INTERNATIONAL DE L'ACADEMIE DE L'ENTREPRENEURIAT SHERBROOKE.
- KASMAOUI. F.Z. (2014) : « LA CONSTRUCTION DE LA CROISSANCE DES PME : LES FACTEURS D'INTERNATIONALISATION DES PMI SOUS-TRAITANTES MAROCAINES. - CAS DE SOUVETMAILLE-». MEMOIRE DE MASTER ESPME. UNIVERSITE CADI AYYAD. MARRAKECH.

- LEDERMAN. D, OLARREAGA. M, PAYTON. L (2006): « EXPORT PROMOTION AGENCIES: WHAT WORKS AND WHAT DOESN'T ». WORLD BANK POLICY RESEARCH WORKING PAPER 4044, NOVEMBER.
- MESSEGHEM. K, SAMMUT. S, CHABAUD. D, CARRIER. C, THURIK. R (2012) : « L'ACCOMPAGNEMENT ENTREPRENEURIAL, UNE INDUSTRIE EN QUETE DE LEVIERS DE PERFORMANCE ? ». 2EME RENCONTRE ENTRE ACTEURS DES RESEAUX D'ACCOMPAGNEMENT ET LES CHERCHEURS.
- MCDOUGALL. P, SHANE. S, OVIATT. B (1994): « EXPLAINING THE FORMATION OF INTERNATIONAL NEW VENTURES: THE LIMITS OF THEORIES FROM INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH ». JOURNAL OF BUSINESS VENTURING 9, PP. 469-487.
- MCDOUGALL. P, OVIATT. B (1994): « TOWARD A THEORY OF INTERNATIONAL NEW VENTURES». JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES.
- MCDOUGALL. P, OVIATT. B (2005): « DEFINING INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP AND MODELING THE SPEED OF INTERNATIONALIZATION ». ENTREPRENEURSHIP: THEORY AND PRACTICE, 29,5.
- SAMMUT. S (2003) : « L'ACCOMPAGNEMENT DE LA PETITE ENTREPRISE EN CREATION : ENTRE AUTONOMIE, IMPROVISATION ET CREATIVITE ». LES EDITIONS DE L'ADREG. AVRIL.
- SERVANTIE. V (2007) : « LES ENTREPRISES A INTERNATIONALISATION RAPIDE ET PRECOCE : REVUE DE LITTERATURE ». REVUE DE L'ENTREPRENEURIAT, VOL 6, N°1.
- SERVANTIE. V (2011) : « LES ENTREPRISES A INTERNATIONALISATION PRECOCE ET RAPIDE : ETUDE D'UN CAS EXPLORATOIRE PAR LE BUSINESS MODEL ». REVUE INTERNATIONALE P.M.E. : ECONOMIE ET GESTION DE LA PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE, VOL. 24, N° 2, PP. 49-79.
- VERSTRAETE. T, FILION. L.J (2001) « L'ENTREPRENEURIAT : UNE PERSPECTIVE INTERNATIONALE ». MANAGEMENT INTERNATIONAL.