

L'entrepreneuriat : une perspective internationale

Thierry Verstraete
IAE de Lille, France

Louis Jacques Filion
École des HEC, Canada

L'ère est à la mondialisation et l'entrepreneuriat y participe. Wright (1999) livre quelques exemples pour illustrer cette assertion. On constate une progression du nombre de jeunes entreprises, notamment technologiques, présentes à l'international de plus en plus rapidement après leur création, voire parfois d'emblée. On observe également qu'une part croissante de capitaux internationaux entre dans le financement des entreprises en création ou à forte croissance. Sur un autre plan, on note que les immigrants de diverses origines créent des entreprises dans leur pays d'adoption dans une proportion plus grande que les personnes qui sont originaires de ces pays.

S'agissant des entreprises établies, le discours est au déploiement de « stratégies entrepreneuriales ». Selon les partisans de ce déploiement, la mondialisation remet en cause les modèles d'analyse stratégique ne sachant tirer des vertus de « l'entreprendre » la capacité d'exploiter les opportunités qu'offre l'internationalisation des marchés.

Néanmoins, il reste délicat d'établir des modèles universels, comme le démontre ce dossier comportant les contributions d'auteurs présentant et défendant la spécificité de leur contexte d'étude. S'il ne s'agit pas de minimiser l'importance de la dimension internationale dans les affaires, même pour des pays cherchant leur place sur l'échiquier économique (et consubstantiellement politique), il reste que la contribution de l'entrepreneuriat à leur développement pose d'emblée la question du social. Force est de reconnaître que les modèles individualistes empreints, quoiqu'on en dise, d'une certaine idéologie ne peuvent apporter des solutions applicables dans tous les contextes socio-historiques, sauf offrir aux prescripteurs de ces modèles davantage d'emprise sur le monde international des affaires alors que, paradoxalement, ils prônent la libre entreprise.

On peut certes relever des aspects généraux, mais, sans verser dans les thèses culturalistes, il ne faudrait pas évincer trop rapidement la contribution de ces dernières à la compréhension des situations donnant naissance au phénomène entrepreneurial (le texte de Mitchell, Smith, Seawright, Morse, 2000, peut constituer la base d'une discussion sur ce point). L'idée n'est pas de dire qu'il ne peut y avoir une appréhension globale de l'entrepreneuriat, mais plutôt, d'une part, d'inviter à la contextualisation lorsqu'il s'agit de fournir des descriptions concrètes des processus observables (cf. les modèles dits « processuels ») et, d'autre part, d'évoquer l'incidence politique de tout discours académique à ce propos. Trop souvent, les études s'en tiennent à

des comparaisons entre pays relativement proches sous bien des aspects¹. Aussi intéressantes que soient ces études, l'intégration de données en provenance de pays d'Afrique et d'Asie pourrait venir presque chaque fois pondérer leur contenu.

Nous n'aborderons pas la dimension politique – pour nous concentrer plutôt sur des considérations managériales – sauf pour rappeler qu'elle surplombe la question de l'entrepreneuriat dans nombre de pays en voie de développement. Elle constitue, pour tous, une piste de recherche dans le cadre d'analyses macro-économiques visant à mesurer la part qu'occupe l'activité entrepreneuriale dans la balance des paiements d'un pays ou encore le rôle qu'elle joue dans la création d'emplois et de valeur, sans oublier la question de l'infrastructure afférente à mettre en place.

Pour ce qui est des modèles processuels, une distinction doit s'opérer à deux niveaux. Le premier consiste à faire la différence entre, d'une part, les modèles offrant aux chercheurs des connaissances stimulant leur réflexion intellectuelle sur les différentes formes d'expression d'un phénomène et, d'autre part, la modélisation d'un processus mobilisable par les acteurs du développement socio-économique. Le second est étroitement lié au premier. Il consiste à faire une distinction entre les connaissances tirées des modèles globaux et la nécessité d'intégrer les spécificités du contexte par une connaissance concrète de celui-ci. L'entrepreneuriat comme domaine de recherche étant sur le point de dépasser le stade de l'émergence dans la communauté francophone², suite aux modèles disponibles fournissant une description générale, il convient à présent de livrer des analyses empiriques fines de ses différentes formes d'expression.

Bien qu'on porte désormais un regard plus « local » sur le « global », l'internationalisation a souvent été considérée comme une compétence réservée aux firmes établies ayant atteint un stade de développement les invitant à dépasser les frontières de leur pays pour accroître leur marché et leur valeur et bénéficier d'économies d'échelle. McDougall, Shane et Oviatt (1994) remettent en cause cette position issue de théories sur la firme et qui occulte deux autres niveaux d'analyse, celui de l'individu, ou du petit groupe d'individus, entreprenant et celui de son réseau d'affaires. Une focalisation trop importante sur la firme n'explique pas la création d'entreprises d'emblée internationales (ce que les anglo-saxons appellent les *international new ventures*). Ces auteurs déplacent le niveau d'analyse, en

1. Par exemple, le travail de Busenitz, Gomez et Spencer (2000) prend comme population d'échantillonnage des étudiants des six pays suivants : Allemagne, Italie, Norvège, Suède, Espagne et É.-U..

2. Ce stade date de plusieurs décennies dans le monde anglo-saxon.

reprenant d'un travail plus ancien un questionnaire sur les firmes (Hymer, 1976), pour le diriger vers les créateurs d'INV³ (voir également Oviatt, McDougall, 1997). Ainsi, entreprendre à l'échelle internationale concerne tant les firmes établies que les entreprises émergentes. On pourrait même considérer, à l'inverse de certaines thèses déterministes de l'évolution des firmes, que l'internationalisation relève d'abord d'une volonté nécessitant des compétences qualifiées d'« entrepreneuriales ».

Sans évacuer la forte présence de puissants groupes, les jeunes et les petites entreprises disposent des outils permettant d'élargir les frontières de leur espace d'affaires, qu'il s'agisse d'exporter ou de s'implanter en différentes régions du monde. Ainsi, on s'accorde à reconnaître que l'international offre des occasions d'entreprendre qui ne sont pas réservées à la grande entreprise ayant atteint une hypothétique taille adéquate, réalisé une baisse substantielle de ses coûts et acquis une bonne maîtrise des technologies. Une part croissante du *business* international est effectuée par les jeunes entreprises ainsi que par les PME (McDougall et Oviatt, 2000). En effet, les volontés politiques, la suppression graduelle des barrières protectionnistes ainsi que le développement et le transfert des technologies facilitent les communications et donnent une plus grande accessibilité aux marchés internationaux.

Les compétences, entendues selon l'approche par les ressources (*cf.* RBV), se diffusent et, en même temps, se singularisent au point que le marché est constitué d'une grande diversité d'offres n'étant plus seulement portées par les grandes firmes. Parmi les critères permettant la diffusion des compétences, les NTIC (nouvelles technologies de l'information et de la communication), Internet au premier rang, placent les PME sur des marchés internationaux qui leur étaient auparavant fermés faute de disposer de l'information nécessaire (Eisenhardt, Brown, Neck, 2000; voir également Hiitt, Reed, 2000). Les NTIC participent à l'élargissement rapide du réseau d'affaires, voire du capital social, en permettant d'échanger plus vite et plus loin avec les partenaires (sur ce point, voir Torrès, 2000), de développer ses compétences et sa capacité à repérer et à saisir des opportunités d'affaires. Elles ont donné lieu à de nombreuses créations d'entreprise (*start-ups*), fournissant les outils et services permettant d'exploiter Internet ou de l'utiliser pour réaliser un chiffre d'affaires.

Notre propos fait apparaître une articulation entre l'entrepreneuriat et l'international, laquelle a fait l'objet de numéros spéciaux dans des revues comme *Entrepreneurship Theory and Practice* (volume 20, numéro 4, 1996) ou *Academy of Management Journal* (volume 43, numéro 5, 2000). Cette articulation nous semble donner lieu à plusieurs voies de recherche, dont deux principales.

La première repose sur la constatation que l'international constitue une dimension de plus en plus présente dans l'expression entrepreneuriale, qu'on étudie la façon dont le phénomène se manifeste en différents pays du monde ou la façon dont les entrepreneurs investissent les marchés internationaux.

La deuxième étudie l'entrepreneuriat à travers le prisme de l'international. Ce n'est pas cet angle que nous avons demandé de privilégier dans l'appel d'articles pour ce numéro spécial, même si le processus d'internationalisation peut faire apparaître des formes d'entrepreneuriat. Nous ne ferons qu'en aborder ici quelques thèmes. En prenant comme point de vue l'international, on peut considérer l'entrepreneuriat comme une façon d'y accéder ou comme une nécessité exigée par la mondialisation des marchés. Les études portent essentiellement sur les firmes établies et la façon dont elles étendent leur espace d'affaires. Elles combinent des éléments internes propres aux firmes à des éléments externes.

En interne, il s'agit d'adopter un comportement entrepreneurial afin que la créativité et les initiatives des salariés fassent ressortir des opportunités d'affaires à exploiter. C'est tout le discours actuel sur la notion de « stratégies entrepreneuriales » (voir le *Strategic Management Journal* de juillet 2001, l'*Academy of Management Executive* de février 2001, l'ouvrage coordonné par Meyer et Heppard, 2000), qu'on évoquait davantage auparavant sous la bannière du *corporate entrepreneurship* (voir Guth, Ginsberg, 1990). La finalité est de rendre les organisations établies plus flexibles, plus innovantes, plus « entreprenantes », cela passant par un changement managérial fondamental, c'est-à-dire, selon Cooper, Markman et Niss, (2000), par le passage d'un « management traditionnel » à la mise en œuvre de « stratégies entrepreneuriales ».

En externe, il s'agit de repérer les nouveaux marchés en procédant notamment à des exportations, à des implantations dans d'autres pays par création de filiales (croissance interne), à des rachats d'entreprises (croissance externe) ou à des partenariats et alliances diverses. Cela n'est pas sans incidence sur les modes de gestion, davantage influencés par les cultures et les pratiques entrepreneuriales.

Passer d'un mode managérial à l'autre suppose de relever certaines caractéristiques de l'entrepreneuriat (relation de l'individu à l'organisation, prise de risque, leadership et responsabilité, rôle de la vision, de l'improvisation, de la curiosité, de la ténacité, de la créativité, etc.) et d'en tirer les aspects dynamisants pour les transférer vers les firmes existantes. L'objectif est de changer le « paradigme managérial », de concilier « le managérial » et « l'entrepreneurial » (comme le suggèrent Julien et Marchesnay, 1996, en évoquant le passage d'un capitalisme managérial à un capitalisme entrepreneurial) et de combiner les compétences correspondantes.

3. Qui sont les créateurs d'INV? Pourquoi choisissent-ils d'entreprendre d'emblée sur le plan international plutôt que d'en rester à une perspective

nationale? Quelles formes revêtent les activités internationales qu'ils ont créées?

L'appel d'articles pour ce numéro spécial demandait de privilégier la première voie de recherche en prenant comme angle de vue l'entrepreneuriat. Comme le suggèrent McDougall, Shane et Oviatt (1994), le niveau d'analyse est déplacé de la firme au dirigeant. Cette voie considère la dimension entrepreneuriale de différentes façons. Tout d'abord, rejoignant la question des diverses formes d'entrepreneuriat auxquelles conduisent la mondialisation des marchés et l'internationalisation des firmes, la première préoccupation porte sur ce qui motive les entrepreneurs à exporter ou à entreprendre, souvent dans plusieurs pays à la fois, et en établissant des partenariats locaux. Parfois, les recherches précisent les stades d'internationalisation de la PME et les conditions afférentes (ex. : Miesenbock, 1988; Andersen, 1993; Bijmolt et Zwart, 1994; Bagchi-Sen, 1999) ou dressent des typologies des PME face à l'exportation (ex. : Julien, 1996; 1998). Elles peuvent aussi conduire à démontrer que la thèse de la spécificité de la PME dans ses modes de gestion peut être remise en cause lorsqu'elle s'ouvre à l'international (Torrès, 1997).

S'il convient de ne pas confondre entrepreneuriat et PME, ces études placent le réseau social, la trajectoire, les compétences, les aspirations et le comportement de l'entrepreneur au cœur du processus d'internationalisation. À titre d'illustration, Westhead, Wright et Ucbasaran (2001) désignent quatre facteurs génériques influençant le passage à l'international des jeunes et petites entreprises : les capacités personnelles et humaines de l'entrepreneur, ses capacités managériales, sa connaissance du secteur investi et enfin son habilité à réunir des ressources financières. Les chercheurs recourent majoritairement à des études de cas pour comprendre cette dynamique (voir, par exemple, le tableau dressé par McDougall, Shane et Oviatt, 1994, au sujet des INV, et une illustration du cas de Logitech dans Oviatt et McDougall, 1995).

Dans les organisations de taille modeste, les décisions passent par le dirigeant, et l'internationalisation dénote généralement son caractère entrepreneurial même si, dans certains cas, il s'agit d'une contrainte pour accéder à des ressources devenues rares (qu'elles soient tangibles ou intangibles) ou parce que les concurrents ont établi des relations internationales leur conférant des avantages divers. Évidemment, selon les régions du monde, l'accès à l'entrepreneuriat est plus ou moins aisé. Si l'acte 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 des ressources, etc.). Dans cette veine, certains travaux étudient comment l'entrepreneuriat s'exprime en différents endroits du monde et posent nombre de questions, parmi lesquelles : Pourquoi certaines régions sont-elles plus entrepreneuriales que d'autres (voir Julien, 2000)? Y a-t-il une spécificité de l'entrepreneuriat africain, de l'entrepreneuriat asiatique, de l'entrepreneuriat européen ou américain? Ce découpage géographique est-il recevable? Ne faut-il pas, par exemple, distinguer différentes zones au sein de l'Afrique, de l'Europe, etc.? Trois textes

de ce dossier s'inscrivent dans ce type de questionnement. Les autres s'intéressent au transfert de technologie, à la mesure du talent d'entrepreneur et aux processus de prêt par capital risque. Nous vous invitons maintenant à les découvrir en précisant toutefois qu'il aurait été utopique de vouloir couvrir tous les aspects liant l'entrepreneuriat et l'international; en outre, nombre de thématiques ne sont pas illustrées dans ce dossier. Il faut dire que la complexité du phénomène entrepreneurial, associée à celui de l'internationalisation, offre un champ d'investigation conséquent. L'entrepreneuriat se manifeste d'une multitude de façons, dans le secteur privé comme dans le secteur public, dans les petites, les moyennes et les grandes entreprises, dans les entreprises en émergence ou celles déjà établies. Il en est de même pour l'international. Chacun des phénomènes peut être analysé sous un triple regard (Verstraete, 2001). Le premier privilégie l'individu ou le groupe d'individus entrepreneurs. Le deuxième se focalise sur les contextes au sein desquels ces phénomènes s'expriment et se matérialisent. Le troisième investit ce qui les lie, à savoir l'action structurant les relations entre les entrepreneurs et leurs contextes; il intéresse particulièrement le gestionnaire.

Si l'on multiplie l'articulation des thèmes auxquels renvoie chacun des phénomènes par ce triple regard, on obtient un très vaste champ d'étude. Nous n'avons pas cherché à les inventorier dans leur exhaustivité, nous avons privilégié une formule consistant à lancer un appel d'articles évoquant largement, mais explicitement la thématique générique. Cet appel précisait que le processus d'évaluation se déroulerait à l'aveugle. Dans la sélection des textes, ce processus a primé sur d'autres considérations. Ainsi, en aucun cas, un article n'a été retenu sous prétexte qu'il élargissait l'éventail des thèmes traités. Chaque texte a été soumis à l'appréciation des évaluateurs, à qui il appartenait d'écarter ou non toute proposition ne s'inscrivant pas dans les lignes de l'appel. Cette situation s'est produite. Les auteurs concernés ont toutefois reçu des évaluations complètes visant à leur permettre d'améliorer leur texte afin de le soumettre pour publication dans un numéro régulier de *Management international*, ou ailleurs si tel est leur choix. Finalement, le dossier publie les six articles suivants.

L'article de Torrès relativise fortement la conception entrepreneuriale anglo-saxonne. Il observe d'autres contextes géographiques pour relever des modèles aux logiques différentes. Ainsi, au côté de l'entrepreneur libéral nord-américain qui puise ses fondements dans la théorie de la concurrence pure et parfaite, il évoque trois autres types d'entrepreneuriat provenant des continents africain, asiatique et européen : l'entrepreneur en réseau, qui trouve ses sources dans l'organisation industrielle de la sous-traitance au Japon; l'entrepreneur corporatiste, illustré par la société française, et l'entrepreneur informel, qui caractérise l'Afrique. Il s'agit moins d'écarter l'idée qu'il existe des types hybrides (par exemple un entrepreneur français s'inscrivant largement dans des formes réticulaires « à la japonaise ») que de faire apparaître des idéaux types représentant les aspects génériques d'une zone géographique.

Cette typologie, même si elle ne fait pas l'objet d'une validation empirique, présente l'intérêt de montrer que l'individualisme sous-tendant la plupart des travaux occidentaux évacue toutes les formes d'entrepreneuriat collectif que l'on retrouve surtout en Asie et en Afrique. Dans ces cas, ce ne sont plus les notions classiques d'innovation, de prise de risque, de confiance en soi qui priment, mais ce que Torrès qualifie de « débrouillardise » (qui est une autre forme d'innovation informelle et graduelle), le besoin de sécurité (par un fort attachement communautaire) et l'aptitude à faire confiance. Dans cette conception, les dimensions relationnelles et sociales occupent une place centrale et le rôle de l'individu, toujours présent, se dilue dans des considérations plus larges plaçant pour un rôle accru de ce qui l'entourne (comme la famille, le clan, le groupe...).

On retrouve ce souci dans le texte d'Emmanuel Kamdem. La reconnaissance des aspects communautaires conduit cet auteur à insister sur l'utilité de procéder à une *analyse multidisciplinaire des problématiques africaines* pour comprendre comment l'entrepreneuriat peut s'y exprimer. Il propose d'intégrer les apports des sciences sociales pour cerner la singularité du cas des entreprises subsahariennes. En dressant un état des lieux que les non-spécialistes de l'Afrique apprécieront, il livre des bases précieuses pour la construction de modèles pertinents dans ce contexte. Les pistes de recherche qu'il ouvre constituent autant des voies d'investigation qu'un appel à la responsabilité des chercheurs pour qu'ils apportent des connaissances que seule une démarche scientifique peut garantir. En effet, avant de décliner et de diffuser des modèles dans les enseignements et les pratiques, encore faut-il s'atteler à leur construction par une connaissance fine des terrains auxquels ils s'adressent.

Patrick Valéau rejoint Emmanuel Kamdem en livrant un message explicite préconisant l'intégration des valeurs des dirigeants dans leur conception des affaires. À l'aide d'exemples, il démontre que les conceptions de l'entrepreneuriat fondées sur l'innovation, le profit, la détection d'opportunités, etc. ne peuvent s'appliquer *stricto sensu* au cas des dirigeants de la zone Océan Indien qui, pourtant, présentent un tempérament entrepreneurial. Leur particularité réside dans l'intégration de buts non seulement lucratifs dans leur vision des affaires. Cette vision, que l'auteur qualifie de « métissée », les rapproche, à certains égards, des organisations à buts non seulement lucratifs (selon l'expression de l'auteur). Son texte invite aussi à un questionnement sur l'association de l'entrepreneuriat à la croissance. En effet, un dirigeant ne serait-il plus entrepreneur dès lors que son entreprise n'est pas dans une dynamique de croissance? Ne pourrait-on entreprendre autant pour préserver une situation et tenter d'éviter qu'elle ne se dégrade, que pour faire prospérer une affaire rentable? Bien souvent, l'entrepreneuriat est associé à l'idée de réussite, mais nombre d'entrepreneurs œuvrent pour qu'une entreprise « tienne » le plus longtemps possible alors qu'il paraît peu probable qu'elle puisse être redressée. Ce sujet invite à débattre.

Jung et Baik présentent une recherche faisant appel à une nouvelle mesure de l'auto-efficacité entrepreneuriale (ESE). Leur but est d'examiner comment l'évaluation que fait un individu de ses talents d'entrepreneur est associée à ses intentions et actions. Ils formulent, et vérifient empiriquement, l'hypothèse selon laquelle l'ESE a des répercussions positives sur ces dernières. On pourrait ainsi, au moyen de la mesure de l'ESE, estimer la propension à entreprendre d'un individu. Une des voies de recherche découlant de ce type de travail réside dans la détection, pour les organisations internationales au personnel multiculturel, des individus présentant les aptitudes à démarrer de nouvelles entreprises à la suite du repérage d'opportunités d'affaires. Ce genre de test peut également être appliqué dans le système éducatif afin de mesurer l'incidence des enseignements sur la propension à entreprendre des étudiants. Pour ce faire, l'ESE est mesurée au début du programme de formation, et à la fin. À cet égard, et conformément au message des trois précédents textes du dossier, les auteurs suggèrent d'intégrer les dimensions sociale et culturelle dans les programmes de formation, car elles influent sur l'ESE. Une troisième voie de recherche concerne le capital risque. Les auteurs font valoir qu'il ne s'agit alors pas de définir un hypothétique profil type auquel devrait correspondre tout individu sollicitant des fonds, mais de donner aux prêteurs des informations précieuses concernant la capacité du demandeur ou de l'équipe dirigeante.

À ce titre, dans l'article suivant, Barrow et Richardson, Copin et Paliard, Lange, Leleux et St-Cyr présentent une comparaison internationale (France, Grande-Bretagne, États-Unis, Canada) des processus utilisés par les investisseurs et les sociétés d'introduction en bourse dans l'évaluation des compagnies à fort potentiel de croissance. Ils examinent les techniques mises au point à cet effet ainsi que les moyens utilisés pour diffuser le savoir-faire et les connaissances correspondantes. Leur recherche empirique tente de faire ressortir les différences entre les déterminants-clés utilisés par les deux groupes. Les auteurs ont étudié pour cela 174 cas d'évaluation. Cette recherche est d'une actualité aiguë, car nombre de nouvelles entreprises recourent à des montages financiers internationaux. Elle fournit ainsi une base pour des travaux portant sur les techniques d'évaluation à développer qui, dans le domaine de la création d'entreprises technologiques à fort potentiel de croissance (les fameuses « gazelles »), nécessitent plus de flexibilité et de contingence. Au delà de son contenu, ce travail constitue une remarquable collaboration internationale et devrait ouvrir la voie à d'autres recherches de ce genre.

Le sixième article, celui d'Ibrahim et de McGuire, aborde un sujet éminemment intéressant pour la pratique entrepreneuriale internationale : les stratégies de transferts de technologies. En effet, il existe des différences dans le développement et l'utilisation des technologies entre pays, particulièrement entre pays développés et pays en voie de développement. Ceci constitue une fenêtre d'opportunité intéressante pour les entrepreneurs internationaux qui se

spécialisent ou voudraient se spécialiser dans les transferts de ces technologies. Le texte propose trois stratégies de transferts technologiques ainsi que des modes de mise en œuvre de chacune.

Malgré la masse d'articles reçus, nous n'avons pu retenir que ceux ayant franchi avec succès les deux tours d'évaluation, et parfois un troisième s'est révélé nécessaire. Notre objectif n'est que partiellement atteint, car nous aurions aimé pouvoir insérer quelques communications de plus afin de mieux couvrir les perspectives de recherche au cœur de l'articulation de l'entrepreneuriat et de l'international. Mais nous espérons que ce numéro suscitera suffisamment d'intérêt parmi la communauté des chercheurs pour que d'autres « entreprennent » d'y donner suite. Parmi les autres thèmes pouvant être étudiés, citons l'entrepreneuriat technologique et la mondialisation, les créations d'entreprises dans des pays autres que celui des créateurs, la comparaison du système d'activités d'entrepreneurs de différents pays, l'influence des NTIC, etc. Mentionnons également le besoin de recherche sur l'entrepreneuriat ethnique et immigrant de même que le besoin d'analyses comparatives sur les fonctions de gestion dans les entreprises (au double sens du mot) internationales.

Pour clore cet éditorial, nous désirons remercier tous les auteurs ayant répondu à l'appel d'articles et nous excuser auprès de ceux qui ont été, pour ce numéro, écartés mais qui ont su accepter, avec le savoir-être qui caractérise notre communauté, les décisions des évaluateurs et des coordonnateurs. Un grand merci également aux évaluateurs internationaux (trois évaluateurs par article) pour l'excellence de leur travail. Les auteurs ont souvent exprimé leur satisfaction à cet effet. Nous voulons remercier de façon particulière le rédacteur en chef de *Management international*, Taïeb Hafsi, pour avoir ouvert la revue au thème de l'entrepreneuriat et l'international. Nous tenons aussi à témoigner notre reconnaissance à Bachir Mazouz, rédacteur en chef adjoint, avec qui nous avons travaillé en étroite collaboration pendant plus d'un an. Notre gratitude va également à Muriel Pagé pour son efficacité et sa gentillesse. Pour nous, les éditeurs, ce fut une excellente occasion d'apprendre à travailler ensemble. Nous avons pratiqué en quelque sorte la globalisation dans la gestion même de notre projet et nous avons utilisé tout ce que la technologie nous offre comme moyens pour entreprendre et réaliser ensemble dans ce monde où il existe maintenant si peu de frontières. Nous récidiverons!



Louis Jacques Filion

Bibliographie

- ANDERSEN, O. (1993). « On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis », *Journal of International Business Studies*, vol. 24, n° 2.
- BAGCHI-SEN, S. (1999). « The Small and Medium Sized Exporters' Problems: An Empirical Analysis of Canadian Manufacturers », *Regional Studies*, vol. 33, n° 3.
- BIJMOLT, T. H. A.; ZWART, P. S. (1994). « The Impact of Internal Factors on the Export Success of Dutch Small and Medium-Sized Firms », *Journal of Small Business Management*, vol. 32, n° 2.
- BUSENITZ, L. W.; GOMEZ, C.; SPENCER, J. W. (2000). « Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena », *Academy of Management Journal*, vol. 43, n° 5.
- COOPER, A. C.; MARKMAN, G. D.; NISS, G. (2000). « The Evolution of the Field of Entrepreneurship », dans G. D. Meyer, K. A. Heppard (édit.), *Entrepreneurship as Strategy – Competing on the Entrepreneurial Edge*, Sage Publications.
- EISENHARDT, K. M.; BROWN, S. L.; NECK, H. M. (2000). « Competing on the Entrepreneurial Edge », dans G. D. Meyer, K. A. Heppard (édit.), *Entrepreneurship as Strategy – Competing on the Entrepreneurial Edge*, Sage Publications.
- GUTH, W. D.; GINSBERG, A. (1990). « Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship », *Strategic Management Journal*, vol. 11.
- HITT, M. A.; REED, T. S. (2000). « Entrepreneurship in the New Competitive Landscape », dans G. D. Meyer, K. A. Heppard (édit.), *Entrepreneurship as Strategy – Competing on the Entrepreneurial Edge*, Sage Publications.
- HYMER, S. H. (1976). *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, Doctoral dissertation, MIT Press, 1976 (source : McDougall, Shane, Oviatt, 1994).
- JULIEN, P.-A. (1996). « Globalization: Different Types of Small Business Behaviour », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 8.
- JULIEN, P.-A. (Édit.) (1998). *The State of the Art in Small Business and Entrepreneurship*, Hants, England, Ashgate.
- JULIEN, P.-A. (2000). « Régions dynamiques et PME à forte croissance – incertitude, information potentielle et réseaux à signaux faibles », dans T. Verstraete (dir.), *Histoire d'entreprendre – les réalités de l'entrepreneuriat*, Éditions Management et Société.
- JULIEN, P.-A.; MARCHESNAY, M. (1996). *L'entrepreneuriat*, Economica, collection Gestion poche.
- MARCHESNAY, M. (1998). « Confiances et logiques entrepreneuriales », *Économies et Sociétés*, Série Sciences de Gestion, n° 8-9.
- MCDUGALL, P. P.; SHANE, S.; OVIATT, B. M. (1994). « Explaining the Formation of International New Ventures: The Limits of Theories from International Business Research », *Journal of Business Venturing*, vol. 9, n° 6.
- MCDUGALL, P. P.; OVIATT, B. M. (2000). « International Entrepreneurship: The Intersection of Two Paths », *Academy of Management Journal*, vol. 43, n° 5.
- MIESENBOCK, K. J. (1988). « Small Business and Exporting: A Literature Review », *International Small Business Journal*, vol. 6, n° 2.

- MIN, P. G.; BOZORGMEHR, M. (2000). « Immigrant Entrepreneurship and Business Patterns: A Comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles », *The International Migration Review*, vol. 34, n° 3.
- MITCHELL, R., SMITH, B., SEAWRIGHT, K. W., MORSE, E. A. (2000). « Cross-Cultural Cognitions and the Venture Creation Decision », *Academy of Management Journal*, vol. 43, n° 5.
- OVIATT, B. M.; MCDUGALL, P. P. (1995). « Global Start-Ups: Entrepreneurs on a Worldwide Stage », *The Academy of Management Executive*, vol. 9, n° 2.
- OVIATT, B. M.; MCDUGALL, P. P. (1997). « Challenges for Internationalization Process Theory: The Case of International New Ventures », *Management International Review*, vol. 37, n° 2.
- TORRÈS, O. (1997). *Pour une approche critique de la spécificité de gestion de la petite et moyenne entreprise : application au cas de la globalisation*, Thèse pour le doctorat de l'Université Montpellier I.
- TORRÈS, O. (2000). « L'entrepreneuriat face à la globalisation », dans T. Verstraete (dir.), *Histoire d'entreprendre – les réalités de l'entrepreneuriat*, Éditions EMS, Caen.
- VERSTRAETE, T. (2001). « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 1, n° 1, (<http://www.revue-entrepreneuriat.com>).
- WESTHEAD, P.; WRIGHT, M.; UCASARAN, D. (2001). « The Internationalization of New and Small Firms: A Resource-Based View », *Journal of Business Venturing*, vol. 16, n° 4.
- WRIGHT, R. W. (ÉDIT.) (1999). *International Entrepreneurship: Globalization of Emerging Businesses*, Stamford, Ct, Jai Press.