

L'entrepreneuriat sportif au service du développement régional

M. Said OUHADI¹, Zineb JIBRAILI²

¹Professeur et enseignant chercheur à l'université Cadi Ayyad, Ouhadisaid@yahoo.fr

²Doctorante en science de gestion à l'université Cadi Ayyad, zinebjibraili@gmail.com

Résumé :

Les entrepreneurs créent des emplois, introduisent de nouvelles innovations et contribuent au bien-être économique et la résilience de nos régions. Les questions «Comment les régions se développent-elles?». Et «comment l'entrepreneuriat pourra-t-elle contribuer au développement régional? » ont été l'objet d'étude des universitaires pendant des décennies. En effet ce terme s'est développée d'une manière exponentielle pendant le dernier siècle, son développement a émergé différents catégories d'entrepreneuriat notamment celle sportif. Le développement perpétuel de l'environnement mondial a exigé une innovation de cette industrie. La complémentarité de l'esprit entrepreneurial et la discipline de la gestion sportive n'a pas été fréquemment étudiée. Cependant, le développement de cette discipline mène les organisations sportives à chercher un avantage concurrentiel, en s'investissant dans l'entrepreneuriat. Cette orientation favorise de plus en plus le développement territorial en soutenant les politiques régionales dans leurs projets structurelles.

Ce document est sous forme d'une synthèse littéraire basée sur 120 articles tirés de plusieurs journaux scientifiques spécialisés, l'objectif de cet article est d'identifier le lien existant entre l'entrepreneuriat et le domaine sportif et de mesurer l'impact de ce type entrepreneurial sur le développement régional. Des suggestions de recherches futures sont aussi discutées.

Mots clés: *entrepreneuriat, sport, entrepreneuriat sportif, développement régional, innovation, risque, proactivité.*

Abstract:

Entrepreneurs create jobs, introduce new innovations, and contribute to the economic well-being and resilience of our regions. The questions "How do regions develop?" And "how can entrepreneurship contribute to regional development? Have been the object of study of academics for decades. Indeed, initiation to entrepreneurship has developed exponentially during the last century, and today we distinguish the emergence of different categories of Entrepreneurship, especially sports. The perennial change in the global environment requires innovation in this industry. The complementarity of the entrepreneurial spirit and the discipline of sport management has not been frequently studied. However, the development of this discipline leads sports organizations to seek a competitive advantage by investing in entrepreneurship. This orientation increasingly favours territorial development by supporting regional policies in their structural projects.

This document is in the form of a literary synthesis based on 120 articles drawn from several specialized scientific journals aimed at identifying the link between entrepreneurship and the sports field and identifies the impact of this type of entrepreneurship on regional development. Suggestions for future research are also discussed.

Keywords: *Entrepreneurship, sport, sport entrepreneurship, regional development, innovation, risk, proactivity*

INTRODUCTION

«Le sport offre un marché lucratif en constante croissance digne d'immenses investissements, ayant des impacts sur différents domaines : économique, santé, politique.. »
Plunkett Research (2009, par. 1)

L'esprit entrepreneurial est une composante nécessaire d'une industrie prospère et une économie saine. Alors que la concurrence s'élargit et atteint sa maturité dans plusieurs secteurs d'activités, l'industrie sportive apparaît comme une nouvelle opportunité entrepreneuriale.

Bien que la crise mondiale ait touché tous les pays, l'industrie sportive a fait l'exception et a engendré des revenus colossaux dans plusieurs pays.

Le secteur sportif est une industrie dynamique et unique. Ce domaine d'activité contribue non seulement à la création de la valeur privée mais bien loin de cela, il assure la satisfaction des intérêts et bien sociaux en façonnant une identité, une notoriété et image de marque des communautés locaux. L'entrepreneuriat sportive s'engageant ainsi dans la création de valeur (Schneider et al., 1995). De nombreux auteurs ont traité l'effet de l'entrepreneuriat sportif sur le développement local d'un pays. Standevenet DeKnop (1999) se réfère à « une société sportive » ayant un effet sur le changement des attitudes et valeurs et donc de la vie sociale (Jackson, Batty, & Scherer, 2001; Redmond, 1991). Dans le même sens, Goss et Alexandrova (2005) affirment que «le sport est un moyen permettant de promouvoir l'éducation, la santé, le développement, et la paix » (p. 54). Dans ce cas, le gouvernement pourra mobiliser ses entreprises dans les programmes et les politiques nationales, comme le cas du gouvernement des USA qui utilise le sport pour promouvoir la paix. D'autre part, Le sport peut jouer un rôle social en répondant à des populations vulnérables. Les états se sont dirigés vers l'organisation des événements sportifs comme un des moyens de résolution des problèmes sociaux (Kott, 2005).

L'industrie sportive est un marché énorme et l'une des plus mondialisée au monde, elle assure le développement socio-économique de tous les pays notamment à travers la création d'emploi et de valeur ajoutée dans le monde entier. Compte tenu de l'ampleur du secteur sportif sur l'économie mondiale, elle exige une attention soutenue de la part des chercheurs en entrepreneuriat et en management sportif.

L'objet de cet article est donc de transcrire les contours de ce référentiel théorique. Dans un premier temps, nous menons une étude littéraire visant à dégager le lien entre l'entrepreneuriat et le sport, dans un second temps, nous allons présenter l'importance de l'émergence de ce nouveau type d'entrepreneuriat et son rôle déterminant dans le développement local des pays tout en mettant l'accent sur les conditions structurelles que les territoires locaux devront mettre en place afin de promouvoir ce type d'entrepreneuriat. Il s'agit donc de question suivante : **Dans quelle mesure l'entrepreneuriat sportif pourra contribuer au développement régional ?**

Cet article s'inscrit dans le cadre des études qualitatives et est également conçue dans la perspective d'une recherche descriptive. Notre article, vise la compréhension de la notion de l'entrepreneuriat sportif et le degré de son implication dans le développement régional des villes. Ainsi, nous cherchons à travers cette étude de la littérature, de résumer, critiquer et synthétiser les résultats et définitions proposés par les experts et chercheurs de ce domaine afin d'exposer, tout d'abord la notion de l'entrepreneuriat sportif comme moyen de soutien à l'expansion et au développement des entreprises sportives, également, de développer un nouveau cadre théorique sur la contribution de l'entrepreneuriat sportif dans le développement régional des pays.

De là découle nos sous objectifs :

- Compréhension de la notion de l'entrepreneuriat sportif
- Etudes des aspects de l'entrepreneuriat sportif
- Explication de la relation de complémentarité entre l'entrepreneuriat sportif et le développement régional

De ce fait, nous mettons en place deux hypothèses :

- L'entrepreneuriat sportif contribue au développement régional
- Un cadre régional favorable encourage l'émergence de l'entrepreneuriat sportif

I. Méthodologie

Cette étude est sous forme d'une revue intégrative de la littérature qui s'intéresse à la notion de l'entrepreneuriat sportif et son impact sur le développement régional. L'échantillon de cette étude, sous forme de synthèse de la littérature, est composé de 120 articles tirés des sept journaux internationaux de l'entrepreneuriat et des meilleurs sept journaux qui traitent les études régionales (Maier, 2005, 2006).

La recherche est basée sur une logique booléenne utilisant différents opérateurs comme ET, OU, impact, effet, a été réalisée dans les bases de données qui couvrent chacune des revues sélectionnées, à savoir google scholar, scopus, bibliothèque électronique de l'université de las palmas. Sur cette base, et après une sélection de 120 revues et études dégagées, nous avons identifié 70 articles pourront constituer notre base théorique, 52 d'entre eux ont mis l'accent sur l'impact de l'entrepreneuriat sur le développement régional et 18 étudient le lien existant entre le domaine sportif et l'entrepreneuriat. 32 articles d'entre eux ne traitent pas les thèmes d'une manière directe et claire, ce qui nous a poussés à les écarter de notre étude ; 38 articles ont traité le sujet d'une manière claire sur une période allant de 1991-2015.

Les journaux ayant été visés sont : *Procedia Economics and Finance, Journal of Management and Organization, Small Business Economics, journal of business research, International Journal of Business and Social Science, International Studies of Management & Organization, Entrepreneurship and Regional Development, Strategic Management Journal, Journal of Business Venturing, The Annals of Regional Science, Entrepreneurship and regional development, an international journal, Journal of Developmental Entrepreneurship, The Annals of Regional Science*

II. La théorie de l'entrepreneuriat sportif

Dans un monde professionnel en perpétuelle changement, l'innovation constitue un axe fondamental de l'industrie sportive. La complémentarité des disciplines de l'entrepreneuriat et de la gestion du sport n'a pas été fréquemment discutée dans des recherches antérieures, et donc fera l'objet de notre étude.

2.1 L'importance de l'entrepreneuriat

L'«entrepreneuriat» est un terme utilisé dans plusieurs contextes (Spencer et al., 2008), la plupart d'entre eux se concentrent sur le besoin d'atteindre un résultat concret (Turan et Kara, 2007), de trouver de nouvelles opportunités (Shane et Venkataraman 2000) et

de développer la notoriété (Kao 58 Int Entrep Manag J (2011) 7: 57-69 1989). Cependant, et malgré les efforts déployés dans ce domaine, la littérature ne fournit pas une seule et unique définition (Spencer et al., 2008). La plupart des auteurs lient la notion de l'entrepreneuriat au contexte économique, généralement au développement des entreprises et au développement économique (Drucker, 1995) tout en intégrant l'innovation et la création de nouvelles opportunités (Spencer et al., 2008).

L'entrepreneuriat permet l'émergence de l'efficacité économique (Ball 2005). La promotion de l'esprit entrepreneurial est nécessaire pour une économie saine et pour soutenir le développement économique grâce à la création d'emplois (Henry et al., 2003). Les entrepreneurs améliorent la compétitivité d'une économie et créent de nouvelles richesses (Spencer et al., 2008).

L'entrepreneuriat peut être considéré comme le résultat déployé par un groupe d'individus ayant la volonté d'élargir leurs efforts organisationnels (Terjesen 2008). L'ouvrage fondamental de Schumpeter (1965) définit cet esprit comme étant des opportunités de marchés exploités par des personnes à travers l'innovation¹ des techniques organisationnelles. Cette définition a été adaptée par Wennekers et Thurik (1999) qui définissent l'entrepreneuriat comme «la capacité et la volonté d'un individu ou d'une équipe, de percevoir et de créer de nouvelles opportunités économiques» (p.46).

Un entrepreneur² est quelqu'un qui est capable de lancer une initiative pour un revenu de base inconditionnel (Hisrich 1990). Bolton et Thompson (2000) définissent d'avantage un entrepreneur comme quelqu'un qui innove d'une manière habituelle. Dans le même ordre d'idées, Baumol (1993) définit un entrepreneur comme un individu qui met de nouvelles idées en vigueur.

Dans un environnement économique mondialisé, les petites et grandes entreprises doivent réagir rapidement aux fluctuations du marché pour rester compétitives (Fayolle et al., 2010). De plus, les organisations doivent avoir un esprit entrepreneurial, leur permettant d'identifier de nouvelles opportunités d'expansion (Shane et Venkataraman, 2000). Un certain nombre de dimensions sont mises en place pour évaluer le niveau entrepreneurial de l'organisation ou de l'individu, à savoir la capacité d'innovation, de prise de risque, de proactivité, d'autonomie et d'agressivité compétitive (Lumpkin et Dess, 1996).

¹ Innover, c'est créer de nouveaux produits, développer des produits existants, mais aussi, optimiser son système de production, adopter les dernières technologies issues de la recherche fondamentale comme de son département de recherche et développement

² Un entrepreneur est une personne créative ayant un esprit de leadership, capable de prendre le risque

Ainsi, Les avantages économiques de l'entrepreneuriat comprennent la création d'emplois, l'amélioration de la productivité et l'augmentation des taux de croissance régionale (Van Praag et Versloot 200). Les entrepreneurs sont plus susceptibles d'être attentifs aux opportunités et disposés à assumer des risques (Schneider et al., 2007). Par conséquent, lorsque les entrepreneurs reconnaissent les opportunités, des résultats souhaitables peuvent en résulter (Yusuf et Schindehutte 2000).

La plupart des recherches menées au cours de la dernière décennie sur l'entrepreneuriat ont porté sur différents domaines et, dans une moindre mesure, sur le secteur sportif. Cependant, certaines recherches antérieures ont étudié le lien entre le sport et l'entrepreneuriat. Hall (2006) a constaté que le développement des méga-événements sportifs est lié à l'entrepreneuriat urbain. Spilling (1996) a également examiné l'entrepreneuriat dans le contexte d'un méga-événement sportif et a constaté que le sport est intrinsèquement entrepreneurial. Ball (2005) a constaté que l'esprit entrepreneurial est bien lié au secteur sportif, car il permet de modifier les demandes des consommateurs et d'insister davantage sur l'innovation. Maritz (2004) a examiné la performance sportive grâce à l'utilisation d'un tableau de bord³ entrepreneurial.

2.2. Développement de l'entrepreneuriat dans le contexte sportif

Le sport est une industrie mondiale qui a été influencée par le changement des conditions environnementales dans le monde. Les entrepreneurs sportifs sont motivés par ces conditions changeantes, mais aussi par des facteurs financiers et personnels. La complexité du domaine sportif nous mène à dire que la clé de succès réside dans la manière avec laquelle les entreprises sont impliquées dans cette industrie (Lechner & Schmidt, 2002).

Récemment, les chercheurs ont appelé à l'intégration des disciplines de l'entrepreneuriat et de la gestion sportive (Ratten, 2010) et qui a donné lieu à l'émergence de la notion de « l'entrepreneuriat sportif » qui peut être défini de diverses façons. Une de ses définitions larges désigne toute activité innovatrice ayant un objectif sportif. Comme l'entrepreneuriat sportif est un domaine émergent, une question importante est celle de définir ce que signifie exactement le terme.

L'esprit entrepreneurial devient un sujet de recherche plus populaire dans le domaine sportif. L'entrepreneuriat sportif peut être décrit comme l'état d'esprit de personnes ou

³ Tableau de bord est un instrument de mesure de la performance facilitant le pilotage "proactif" d'une ou plusieurs activités dans le cadre d'une démarche de progrès. Il contribue à réduire l'incertitude et facilite la prise de risque inhérente à toutes décisions. C'est un instrument d'aide à la décision.

d'organisations activement engagées dans la recherche de nouvelles opportunités dans le contexte sportif. L'entrepreneuriat sportif désigne toute activité novatrice dans un contexte sportif. L'essence même de l'entrepreneuriat sportif est due en raison de l'absence de toute activité dans la plupart des organisations sportives⁴. L'entrepreneuriat sportif introduit une série de nouveaux problèmes liés non seulement à la technologie (comme les outils de fabrication et l'interaction spectateur-spectateur), mais aussi aux considérations sociales, éthiques et juridiques, y compris la diversité, la vie privée et la cohésion sociale.

La gestion de l'entrepreneuriat sportif est un processus social situé et, dans de nombreux cas, est intuitivement effectuée par les personnes impliquées. Les organisations développent différentes versions de l'entrepreneuriat dans différentes conditions sportives. Dans l'environnement global dynamique, la question de ce qui constitue l'entrepreneuriat sportif n'est pas encore résolue, ce qui signifie qu'il reste à développer une idée clairement acceptée sur ce qui est exactement l'entrepreneuriat sportif. Peu d'études ont empiriquement développé et testé la cohésion existante entre ces deux axes. En outre, peu de recherches conceptuelles ou empiriques ont été consacrées à la compréhension des conditions qui produisent l'entrepreneuriat sportif.

Le rôle que joue l'entrepreneuriat dans les organisations sportives est bien différent que celui joué dans d'autres industries. Les facteurs sportifs exclusifs liés à l'entrepreneuriat comprennent le pouvoir de communication des médias de masse, l'interaction sociale et l'attrait général. L'entrepreneuriat est abordé par les organisations sportives de manière collaborative, communautaire et stratégique afin d'améliorer leur performance globale. Les bénéficiaires de cette entreprise comprennent des acteurs internes et externes - y compris les athlètes, les amateurs, les clients, les gouvernements, les sponsors, les communautés et les employés. L'entrepreneuriat sportif est considéré comme étant une entité sportive agissant d'une manière collective dans le but de créer de la valeur. Les entités impliquées dans le sport peuvent inclure des individus, des organisations ou des communautés.

Le sport et sa relation avec les résultats entrepreneuriaux n'ont pas encore été pleinement examinés dans la recherche en gestion (Goldsby, Kuratko et Bishop, 2005). L'entrepreneuriat sportif est un type entrepreneurial qui offre une stratégie prometteuse pour accroître le développement économique. Un entrepreneur sportif est celui qui organise, opère et assume un risque pour développer une entreprise commerciale sportive. Le nouveau cadre

⁴ Une organisation sportive est une entreprise qui gère l'activité sportive, on peut en distinguer différentes formes, ceux considérés comme des associations à but non lucratif, cas des clubs de sport, ou d'autres ayant un caractère de tutelle, comme les ministères de sport ou les fédérations.

théorique de l'esprit entrepreneurial basé sur le sport proposé dans cet article combine à la fois les disciplines de l'entrepreneuriat et de la gestion du sport afin que la recherche future puisse utiliser cette théorie comme cadre pour la compréhension de l'activité entrepreneuriale dans le contexte sportif. Dans cet article, on prétend que le sport est essentiellement un processus entrepreneurial en raison de l'innovation, de la prise de risques, de l'activité proactive et de la création de valeur qui a lieu. Les sections suivantes aborderont chacun de ces processus dans le contexte sportif

2.2.1. Innovation sportive

L'innovation est un élément essentiel dans le monde de l'entrepreneuriat (Hitt et al., 2001). Les entreprises utilisent l'innovation comme atout pour se concurrencer sur le marché mondial (Johannisson et Monsted, 1997). Des recherches antérieures ont discuté de l'importance de l'innovation dans le domaine sportif (par exemple, Mullin et al., 2007, Schwarz et Hunter, 2008). Elle se manifeste de nombreuses façons, notamment par le biais d'équipes sportives, d'organisations sportives et d'acteurs sportifs.⁵

Le développement technologique a permis une innovation dans l'industrie du sport. Les innovations dans les jeux informatiques ont permis aux gens de jouer au sport fantastique en ligne... Le développement de nouveaux équipements sportifs a créé de nouveaux sports comme le saut à l'élastique (Olivier, 2006). Une innovation majeure dans le sport a été l'adoption de technologies numériques accessibles (Sweeney, 2007). Cela a permis aux gens de regarder des sports et de suivre les scores des jeux sur leurs mobiles tels que les téléphones.

2.2.2. Proactivité sportive

Les organisations sportives sont proactives dans la gestion de leurs équipes et dans le développement d'une meilleure performance organisationnelle. Cependant, les récentes techniques de gestion sportive ont rendu leurs organisations plus proactives et plus efficaces dans leur activité. (Elkington, 1998). Les organisations sportives ont été proactives dans la poursuite de nouvelles opportunités d'affaires.⁶

⁵ Le sport agit comme un moteur de l'innovation. L'innovation dans le sport se déroule dans divers contextes, y compris les joueurs qui développent de nouvelles stratégies et des équipes sportives qui changent leur uniforme de jeu (Schwarz & Hunter, 2008⁵).

⁶ Dans la ligue centrale du base-ball japonais chaque équipe est parrainée par une compagnie de télévision séparée, qui permet une plus grande couverture médiatique pour augmenter le merchandising et le parrainage d'entreprise.

L'entrepreneuriat fait partie intégrante du développement sportif car il se concentre sur la valorisation. La nature proactive de l'entrepreneuriat sportif est évidente dans différentes sous-catégories d'entreprise. L'entrepreneuriat social dans le sport est l'utilisation de problèmes sociaux pour créer des changements dans le contexte sportif. L'entrepreneuriat communautaire implique une communauté sportive agissant de manière innovante pour créer un avantage social et financier. Des exemples communs d'entrepreneuriat communautaire sont le partenariat d'écoles ou d'équipes sportives avec des organismes gouvernementaux pour créer des terrains de sport. L'entrepreneuriat corporatif implique des entreprises sportives impliquées dans une activité innovante et se rencontrent généralement dans des ligues sportives professionnelles.

2.2.3. Risques sportifs

Quand on parle des qualités nécessaires pour devenir entrepreneur, il faudra mettre l'accent sur la principale caractéristique qui est la prise de risque. Il est généralement admis que les personnes participant au sport sont des preneurs de risques (Schneider, Furst et Masucci, 2007). Les parties prenantes qui prennent des risques dans le sport comprennent les athlètes, les organisateurs d'événements sportifs, les officiels, les entraîneurs, les administrateurs sportifs et les membres.

Le niveau de prise de risque dans le sport dépend des traits de personnalité qui comprennent le risque émotionnel et physique. Les sports d'aventure tels que le surf des grandes vagues et la plongée libre sont plus propices aux risques (Olivier 2006).

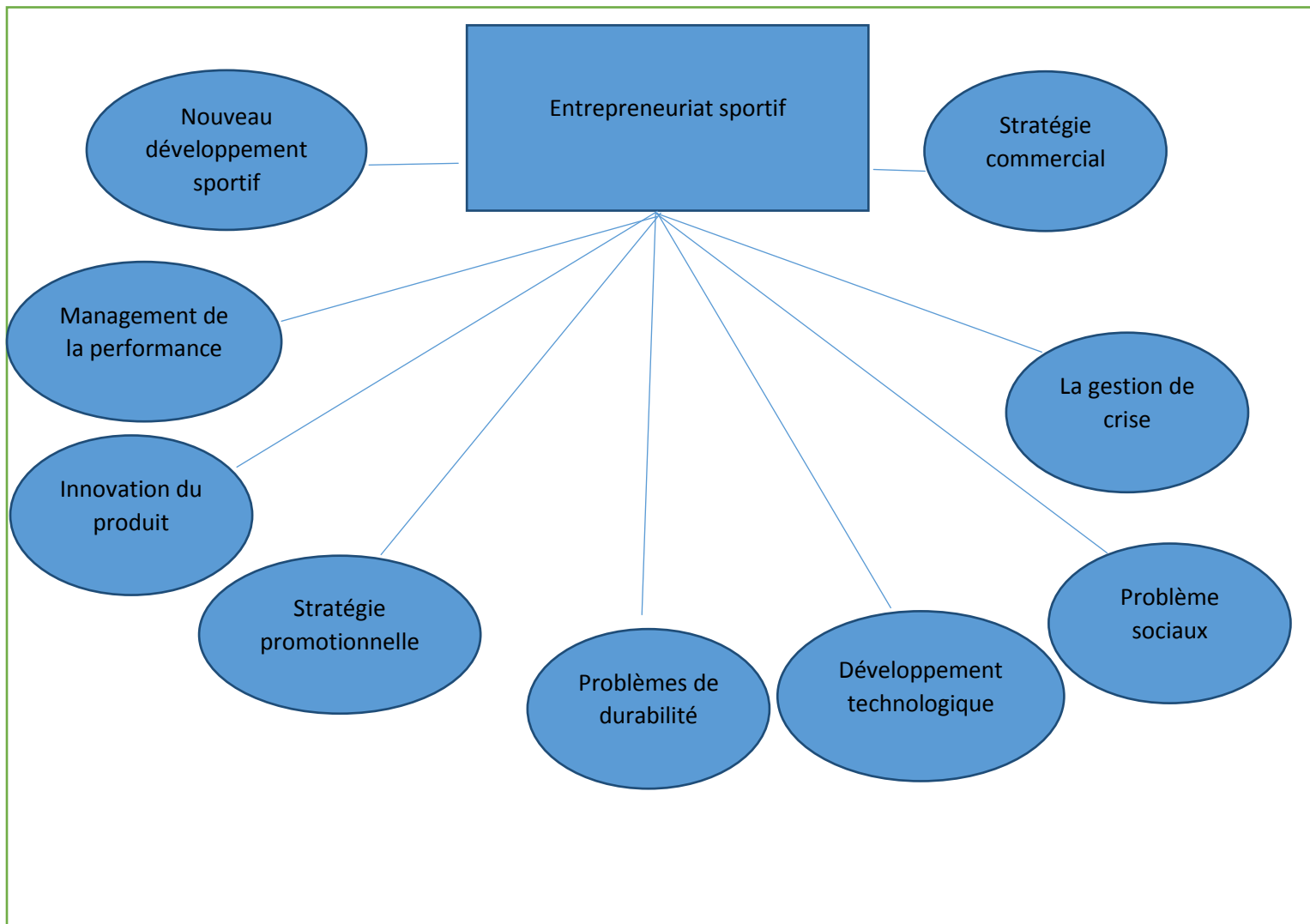
La prise de risque dans le sport ne se limite pas aux personnes qui pratiquent le sport. Les organisations sportives sont impliquées dans un certain nombre de types de risques tels que les projets, l'innovation et le développement social (Kedar-Levy et Bar-Eli 2008).

2.3. Les aspects dynamiques de l'entrepreneuriat sportif

L'entrepreneuriat peut prospérer dans divers contextes, en raison de l'absence des obstacles culturels et sociaux qui pourront constituer la contrainte de son émergence dans un ou plusieurs domaines (Dana, 1995; Holt, 1997). Hardy (1996) affirme que dans un contexte sportif, les entrepreneurs constituent la base d'une activité innovatrice. Par le biais du sport, de nouvelles idées peuvent prospérer et fournissent la base de l'entrepreneuriat. L'entrepreneuriat sportif est dynamique et a un impact sur un certain nombre de domaines de gestion tels que la stratégie commerciale, la gestion des crises, le développement de nouveaux sports, la gestion

du rendement, l'innovation, les stratégies promotionnelles, Les questions sociales, les questions de durabilité et les développements technologiques (voir la figure 1).

Figure 1 : Les aspects dynamiques de l'entrepreneuriat sportif



2.4. Le cadre théorique de l'entrepreneuriat sportif

Les organisations sportives sont fréquemment gérées par des organisations non lucratives dans le but de maintenir une croissance économique. Comme l'indique la définition de l'entrepreneuriat sportif dans cet article, l'accent est mis sur les organisations

sportives, qui créent des entreprises professionnelles. Une organisation sportive agit en tant qu'entrepreneur lorsque ses propriétaires, ses gestionnaires et ses employés identifient et répondent à une opportunité de marché. L'entrepreneuriat sportif représente à la fois le processus de création d'entreprise et la valeur créée par le processus. Dans les entreprises sportives, l'objectif principal ne doit pas être l'atteinte du profit. Bien que la plupart des entreprises liées au sport aient un rendement financier, l'objectif financier sera important pour atteindre un résultat sportif. C'est la capacité d'une entreprise sportive à exploiter le capital social qui lui permet d'être plus compétitif. Une entreprise entrepreneuriale axée sur le sport exige des ressources suffisantes pour atteindre ses objectifs stratégiques à caractère sportif et social.

Les compétences et l'expérience des individus influencent la nature de l'activité entrepreneuriale (Ensley, Carland et Carland, 2000). Cela signifie que les types d'activité entrepreneuriale⁷ adoptés par les entreprises sportives, sont typiquement liés à compétences humaines dont dispose cette entreprise. La performance d'une entreprise sportive dépendra de sa capacité à créer de nouvelles compétences et de nouvelles valeurs. En Chine, par exemple, l'Association nationale de basketball s'est développée car il existe un grand marché potentiel dans le pays. Le capital social a un effet sur la gestion d'une entreprise sportive. L'un des principaux défis pour une entreprise est de créer une implication efficace dans la prise de décision de tous les membres de l'organisation

III. Entrepreneuriat sportif et développement régional

Les entreprises sportives interviennent dans les différents domaines à vocation sociale⁸, environnemental, financière.... Ils peuvent également se positionner sur le secteur à but lucratif, but non lucratif et gouvernemental. L'impact économique et social des entreprises sportives varie selon leur position géographique. En outre, le développement communautaire régional et urbain a permis aux entreprises sportives locales de s'épanouir ou d'être intégrées dans un organisme sportif plus large.

De nombreuses entreprises sportives sont tenues d'être à la fois économiquement et socialement responsable. Ils doivent également assurer leur durabilité sur le long terme en se basant sur un triple bilan (social, environnemental, financier). L'innovation est la clé de réussite de chaque organisation, y compris ceux qui interviennent dans le secteur sportif. Elle

⁷ la création d'un nouveau dispositif technologique sportif ou la rénovation d'un stade sportif,

⁸ Les entreprises sportives ont une vocation sociale lorsque leur principale mission est basée sur des objectifs communautaires ou sociaux

permet de faire face aux défis auxquels les entreprises sportives sont confrontées.⁹ Il est important de développer une plate-forme théorique solide pour comprendre la relation de cause à effet existante entre l'entrepreneuriat sportif et le développement régional.

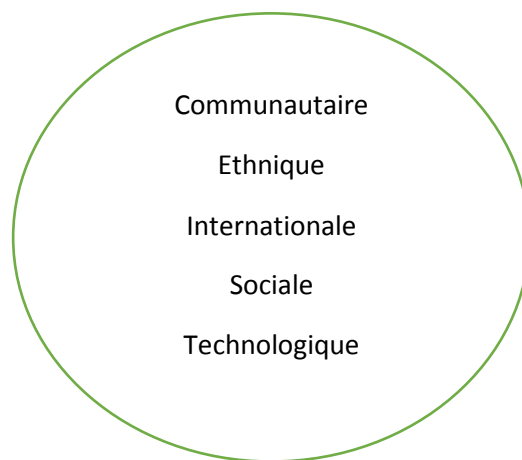
⁹ L'innovation comprend les perspectives, les comportements, la stratégie et les opérations (Chell et al., 2010).

3.1. Le rôle de l'entrepreneuriat sportif dans le développement régional

Les nouvelles entreprises servent de locomotive de croissance régionale et de création d'emplois » (Audretsch et Fritsch, 2002), ainsi, les entrepreneurs doivent valoriser les ressources et les institutions qui sont cruciales pour le développement régional (Pike et al., 2007).

Ainsi, L'entrepreneuriat sportif pourra assurer le développement territorial à travers ces différents types d'intervention (voir fig ci-dessous). Chacun de ces types sera discuté d'une manière détaillée.

Figure 2 : les catégories de l'entrepreneuriat sportif



3.2.1. L'entrepreneuriat communautaire

L'entrepreneuriat communautaire implique une communauté qui agit collectivement à la fois comme entrepreneur et comme entreprise dans la poursuite d'un objectif commun (Peredo et Chrisman, 2006). Dans le contexte sportif, l'entrepreneuriat communautaire survient lorsque des équipes sportives, des organisations ou des joueurs font des partenariats avec des organismes communautaires.¹⁰

L'esprit entrepreneurial dans le sport est dynamique et affecte l'économie et la société par le développement communautaire. Les événements sportifs et les équipes encouragent le développement d'une communauté en favorisant sa participation à des activités sportives. Les équipes sportives s'associent avec des entreprises locales et des agences gouvernementales pour développer des stades et promouvoir des événements sportifs.

¹⁰ Les organismes communautaires comprennent les écoles, les collèges, les universités, les organismes à but non lucratif et les organismes gouvernementaux locaux.

De nouveaux types de sport, comme le sport fantastique, ont encouragé l'entrepreneuriat à travers les communautés en ligne (Roy et Goss, 2007). Les communautés en ligne¹¹ sont souvent impliquées dans l'entrepreneuriat en développant de nouvelles techniques pour analyser la performance de l'équipe et de l'individu. La plupart des ligues sportives professionnelles et amateurs ont des sites web qui encouragent les fans à discuter et partager leurs idées. Les sites sportifs offrent également une plate-forme unique pour la vente des produits d'un club et de leurs billetteries. Certaines entreprises sportives développent leurs services sportifs grâce à des communautés en ligne

L'entrepreneuriat communautaire implique également la philanthropie et la responsabilité sociale dans laquelle les organisations sportives s'associent aux groupes communautaires locaux pour encourager d'avantage l'accent sur des questions sociales telles que l'obésité chez les enfants. Les organisations sportives telles que l'Association National de Basketball ont multiplié leurs efforts pour être considérées comme des organisations humanitaires qui aident la communauté. L'Association nationale de basket-ball a fait cela grâce à sa campagne «Nous nous soucions» qui est conçue pour encourager les jeunes à être impliqués dans leur communauté locale par le biais des associations de basket-ball. Les entreprises ont également participé à l'entrepreneuriat communautaire qui encourage la responsabilité sociale des entreprises dans le contexte sportif.

L'esprit entrepreneurial se produit lorsque les entreprises sont impliquées dans le processus d'innovation. L'innovation dans le sport peut être axée sur les produits ou les procédés et pourra inclure souvent les deux en même temps (Desbordes, 2002). L'innovation de l'entreprise sportive est souvent liée à la commercialisation des produits et des procédés sportifs. Les sociétés sportives collégiales annoncent leurs produits d'une manière novatrice afin de capturer le marché des jeunes. En outre, de nombreux événements communautaires dans les milieux sportifs des collèges impliquent l'utilisation de nouvelles techniques de commercialisation (Chalip 2004).

Ces nouvelles techniques de marketing peuvent créer des relations de parrainage entre l'équipe sportive et une société commerciale ce qui permet le développement de la relation avec les médias et ainsi avoir une large couverture de presse. Dans les sports professionnels comme le hockey sur glace, l'entrepreneuriat corporatif se produit par le biais d'activités risquées auxquelles participent des spécialistes tels que la capitalisation boursière, l'histoire

¹¹ Les communautés en ligne sont également des défenseurs des Blogs sportifs qui encouragent le développement de nouvelles activités

d'exploitation, la concurrence, l'expérience, la compétitivité de l'équipe, la crédibilité, la relocalisation et les activités commerciales.

3.2.2. L'entrepreneuriat ethnique

L'entrepreneuriat ethnique ¹² dans le sport est une des locomotives du changement social. Le sport permet aux groupes ethniques d'exceller dans la profession qu'ils ont choisie sans discrimination en raison de leur statut social. L'exemple le plus connu de l'entrepreneuriat ethnique a été en 1947 lorsque Jackie Robinson est devenu le premier afro-américain à jouer au Major League Baseball. Les entrepreneurs ont utilisé les meilleurs joueurs dans les différents domaines, indépendamment de leur origine ethnique afin de produire des résultats qui dépassent ceux des concurrents (Goff et al., 2002).

3.2.3. L'entrepreneuriat international

L'entrepreneuriat international se produit lorsque les organisations se développent dans de nouveaux marchés internationaux. L'entrepreneuriat international est évident dans le sport en raison du processus d'émergence qu'a connu le domaine sportif pendant le dernier siècle et qui lui a permis de subir une internationalisation en visant de nouveaux marchés d'outre-mer. Dans la plupart des ligues sportives professionnelles, on a mis davantage l'accent sur la commercialisation et le professionnalisme des sports d'équipe pour attirer un public mondial plus large.

L'entrepreneuriat international ¹³ dans le sport se produit également au niveau individuel. D'autres ligues sportives professionnelles se sont internationalisées en recrutant des joueurs internationaux et en se concentrant sur les fans internationaux comme font plusieurs équipes aujourd'hui, Fc barcelona, real madrid , manchester city.. . Cette internationalisation touche tous les segments de l'industrie sportive. Aujourd'hui, personne ne pourra nier la propagande des clubs de fitness dans les différentes régions du monde, ils se développent autant que sociétés de services ayant une structure organisée, visant à promouvoir le sport et la protection de la santé, ce qui constitue également un axe important dans le soutien du développement régional et national.

¹² L'entrepreneuriat ethnique ou immigré se produit lorsque des individus de nationalités spécifiques sont impliqués dans le changement.

¹³ Certains joueurs sportifs comme David Beckham est un modèle type d'un entrepreneur international, il a commercialisé certains sports à l'échelle internationale, et a permis donc leur mondialisation « le football ».

3.2.4. L'entrepreneuriat social ou l'entrepreneuriat civique

L'entrepreneuriat social se produit lorsque les buts ou objectifs à but non lucratif sont associés à des idées de développement des affaires. L'entrepreneuriat social dans le sport encourage le changement et le développement social. Les personnes et les organisations participent à l'entrepreneuriat social en contribuant positivement à la société par le biais d'initiatives philanthropiques sportives ou d'organisations caritatives axées sur le sport (Hardy, 1996). Des entrepreneurs comme T. Boone Pickens ont innové dans le secteur des collèges sportifs en faisant un don à l'Oklahoma State University. Des organisations telles que l'UNICEF ont encouragé l'entrepreneuriat dans les programmes sociaux en encourageant la reconstruction des communautés par le sport dans des pays comme l'Ouganda.¹⁴

L'entrepreneuriat sportif vise également la lutte contre les changements climatiques et la promotion du développement durable, l'ONU a recruté plusieurs sportifs afin de contribuer à promouvoir la réalisation de 17 objectifs de développement humain et durable d'ici 2013, en encourageant les partenariats avec les gouvernements, la société civile et le secteur privé

3.2.5. L'entrepreneuriat technologique

L'entrepreneuriat technologique est l'intégration de l'innovation dans la technologie. Les progrès de la technologie au cours de la dernière décennie, comme l'utilisation de l'internet et des podcasts, ont innové la pratique sportive. Le sport fantastique et les sites de jeux sportifs en ligne ont créé de nouvelles opportunités pour le sport grâce à des possibilités de sponsoring et de marchandisage. La Ligue nationale de hockey a été entrepreneuriale par le parrainage d'une rondelle de glow qui rend plus facile pour les téléspectateurs de regarder le match.

3.2.6. L'entrepreneuriat féminin

L'entrepreneuriat féminin se produit lorsque les femmes sont impliquées dans l'innovation des entreprises.¹⁵ L'esprit entrepreneurial des femmes est évident dans de nombreux types de sports qui se concentrent sur les femmes en tant que moyen de conquérir de nouveaux segments de marché. Les entreprises de vêtements de sport comme NIKE et Under Armour commercialisent maintenant des vêtements particulièrement adaptés aux

¹⁴ La participation de plusieurs sportifs dans le développement social à travers la protection des enfants, la lutte contre la pauvreté et là nous pourrions évoquer l'exemple de l'ONU qui a recruté Leo Messi pour promouvoir cet objectif.

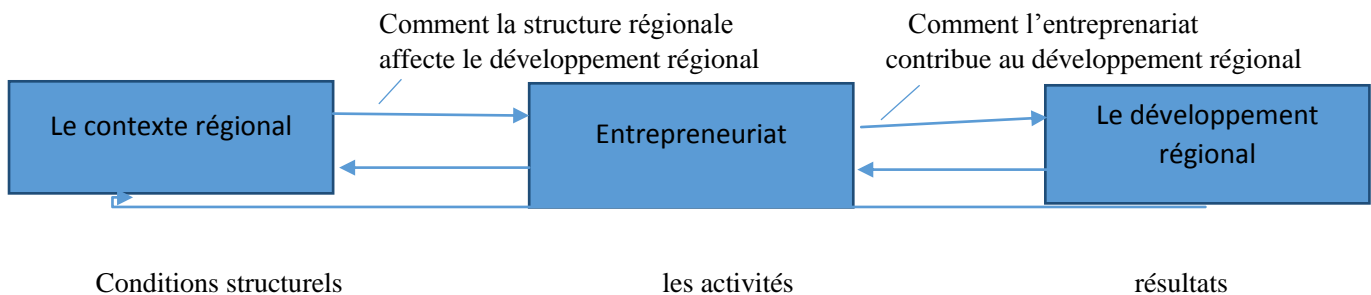
¹⁵ Dans le contexte sportif, l'entrepreneuriat féminin a été encouragé par Title IX aux États-Unis qui a promu les innovations dans les sports pratiqués par les femmes.

femmes. De nouvelles formes de sport comme le sport fantastique ont été conduites par des femmes qui veulent s'impliquer dans le sport.

Une vue globale sur l'influence de l'entrepreneuriat sportif sur le développement régional

Développement régional	Auteurs
Création d'emploi	Acs and Armington (2004); Acs and Mueller (2008); Andersson and Noseleit (2011); Fritsch (1997); Fritsch and Mueller (2004); Bruce, Deskins, Hill, and Rork (2009); Baptista et al. (2008); Dejardin (2011); Dejardin and Fritsch (2011); Koster (2011); Anyadike-Danes et al. (2011); Mueller et al. (2008); Andersson and Noseleit (2011), Baptista and Preto (2011): greater pos. effect for knowledge-based startups, Piergiovanni et al. (2012): pos. effect for creative start-ups; Kalantaridis and Bika (2011)
Croissance du PIB, Croissance de la productivité du travail (C'est-à-dire le PIB par heure travaillée), Efficacité de la production	Audretsch and Fritsch (2002), De Jorge Moreno et al. (2007), Mueller (2007), Braunerhjelm and Borgman (2004), Audretsch and Keilbach (2004a); Audretsch et al. (2008), Baumgartner et al. (2013); Bruce et al. (2009, + for GSP), Koo and Kim (2009): through industry R&D, *Dejardin (2011): no sign. effect
Compétitivité régionale	Bosma, Stam, & Schutjens (2011), Preuss (2011), Huggins and Williams (2011), Mazzanti, Montresor, & Pini (2011)
Innovation et capacité intellectuelles	Link and Ruhm (2011), Acs and Plummer (2005), Mueller (2007), Kalantaridis and Bika (2011), Audretsch, Hülsbeck, et al. (2012)
Impact socio-économique	
Transformation sociale, Résilience, Renouveau, Revitalisation, Bien-être communautaire	Johnstone and Lionais (2004), Laukkanen and Niittykangas (2003), Svensson, Klostén, & Etkowitz (2012)
Créer un capital entrepreneurial, La «pensée» ou la culture entrepreneuriale Région, Identité entrepreneuriale	Audretsch and Keilbach (2004b), Gaddefors and Cronsell (2009), Aoyama (2009), Audretsch and Keilbach (2007), Audretsch et al. (2008); Dodd and Hynes (2012),
Apprentissage régional, nouvelles Connaissances régionales	Lawton Smith et al. (2005), Acs and Plummer (2005)
Le développement des infrastructures et de l'environnement	Akgun et al. (2011): pos. effect for immigrant Entrepreneurs

3.2. Le rôle du contexte régional dans la promotion de l'entrepreneuriat sportif



Les conditions régionales peuvent freiner ou encourager l'initiative à l'entrepreneuriat (Naudé, Gries, Wood, & Meintjies, 2008). Les organismes locaux, influencent l'activité entrepreneuriale (Beugelsdijk & Noorderhaven, 2004). Dans cette perspective, les entrepreneurs dépendent de la structure sociale du contexte local dans lequel ils désirent se développer.

Les entrepreneurs utilisent des réseaux locaux pour obtenir des informations liés à l'environnement (Jack & Anderson, 2002, Kodithuwakku & Rosa, 2002; Lawton Smith, Glasson, & Chadwick, 2005). Même si le capital social régional est jugée important pour l'entrepreneuriat, (Malecki, 2012), Berglund et Johansson (2007, p. 502) soulignent que le réseau ne permet pas vraiment un processus de transformation ». On pourrait trouver des indications dans la perspective de la culture, qui suggèrent que le réseau local a un potentiel pour créer la culture entrepreneuriale.

La culture entrepreneuriale régionale s'implémente dans un environnement qui favorise la prise de risques, la créativité et l'innovation (Florida & Kenney, 1988) où être un entrepreneur est légitime et accepté (Benneworth, 2004, Mueller, 2006), ou le sport constitue une part importante dans la vie des citoyens, (Audretsch et al., 2008; Audretsch, Dohse, & Niebuhr, 2010; Audretsch & Keilbach, 2007; Feldman, 2001). Cela suggère un processus cyclique ou récursif.

Ainsi, il pourra y avoir un développement régional grâce à l'esprit entrepreneurial si la culture locale est propice à l'attitude entrepreneuriale, à l'orientation et à l'activité (Beugelsdijk & Noorderhaven, 2004; Tamásy, 2006).

Vue globale sur les conditions structurelles qui influencent l'activité entrepreneuriale

Les conditions structurelles	Auteurs
<p>Structures institutionnelles</p> <p>Structure formelle Politique et soutien: Gouvernement ou Le soutien régional, les initiatives et les politiques qui:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Favoriser la connaissance technique ➤ Encourager l'activité entrepreneuriale ➤ Créer une autonomie locale (➤ Conseils) ➤ Éliminer les obstacles juridiques et administratifs, ➤ Déréglementation régionale ➤ Fournir de l'expertise et du soutien ➤ prestations de service ➤ Procurer des services locaux à des entreprises 	<p>O'Gorman and Kautonen (2004), Kangasharju (2000), Chrisman, Gatewood, & Donlevy (2002), Li and Matlay (2006), Belso Martínez (2005), Caliendo and Kritikos (2010), Bruce et al. (2009), Gebhardt (2012), Sternberg (2012), Preuss (2011), Zhou (2011), Schwartz and Bar-El (2004) investigated the lack thereof; ambiguous for Huggins and Williams (2011)</p>
<p>Structure informelle La culture entrepreneuriale</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Qui encourage la prise de risques, la créativité ➤ innovation; Attitude entrepreneuriale, ➤ Dynamisme et capacité entrepreneuriale ➤ Présence d'acceptation sociale de ➤ Activités entrepreneuriales / légitimité de ➤ entrepreneuriat ➤ Environnement entrepreneurial (c'est-à-dire ➤ De nouvelles petites et de jeunes entreprises dans une région et / ou la présence d'autres entrepreneurs) ➤ Attitude positive envers les entrepreneurs 	<p>Beugelsdijk and Noorderhaven (2004), De Jorge Moreno, Castillo, & De Zuani Masere (2007), Audretsch and Fritsch (2002), Kangasharju (2000), Audretsch and Keilbach (2004b), Mueller (2006), Minniti (2005), Psaltopoulos et al. (2005), Gaddefors and Cronsell (2009), Audretsch et al. (2008), Audretsch et al. (2010), Aoyama (2009), Audretsch and Keilbach (2007), Audretsch et al. (2008), Dodd and Hynes (2012)</p>
<p>La structure économique Disponibilité ou présence de capital humain,</p>	<p>Georgellis and Wall (2000), Kalantaridis and</p>

<p>Présence de main-d'œuvre hautement qualifiée / éduquée,</p> <p>Niveau élevé d'éducation</p> <p>Disponibilité et / ou accès au capital financier (pour Banques locales, investisseurs providentiels, Capital, capital d'amorçage)</p> <p>Une proportion élevée de femmes dans la composition de l'industrie de la population</p>	<p>Bika (2006b), Audretsch et al. (2010), Burke, Fitzroy, & Nolan (2009), Audretsch et al. (2008), Davidsson et al. (1994), Alama-Sabater, Artal-Tur, & Navarro-Azorin (2011) Raspe and van Oort (2011)</p> <p>Audretsch and Keilbach (2004b), Malecki (1997), Naudé et al. (2008), Avdeitchikova (2009), Mason and Harrison (2002), Sutaria and Hicks (2004), Avdeitchikova (2009) Rogers (2012): pos</p> <p>Georgellis and Wall (2000)</p>
<p>La structure sociale</p> <p>Le capital social</p> <p>Capital communautaire, Disponibilité des Ressources</p>	<p>Audretsch and Keilbach (2004b), Jack and Anderson (2002), Johannisson and Dahlstrand (2009), Ma (2002), Teixeira (2001), Johannisson et al. (2002), Malecki (2012) Feldman and Zoller (2012): Westlund and Bolton (2003), Johansson (2009), Johnstone and Lionais (2004), Purdue (2001), Teixeira (2001)</p>
<p>Structure géographique</p> <p>Disponibilité de l'infrastructure</p> <p>Esprit régional</p> <p>Dynamisme de l'entrepreneuriat régional</p>	<p>Benneworth (2004), (see also Florida, 2007)</p> <p>Westlund and Bolton (2003), Johansson (2009), Cahn (2008), Hopp and Stephan (2012), Liñán, Urbano, & Guerrero (2011)</p> <p>Meccheri and Pelloni (2006), Vaillant and Lafuente (2007), Gaddefors and Cronsell (2009), Audretsch and Keilbach (2004b), Naudé et al. (2008), Lafuente et al. (2007), Harrison et al. (2004), Audretsch and Keilbach (2007); Lee, Florida and Acs (2004); Venkataraman (2004), Dodd and Hynes (2012), Bosma and Schutjens (2011)</p>

CONCLUSION

Les recherches futures auront l'occasion de s'approfondir dans la détermination de la notion de l'entrepreneuriat sportif, comment les entrepreneurs sportifs sont intégrés et interagissent avec leur contexte spatial immédiat. Ces points de vue peuvent être utiles pour comprendre pourquoi certains territoires attirent beaucoup plus ce type d'entrepreneuriat que

d'autres. Une étude attentive de la nature spatiale de l'entreprise peut éclairer certains de ses résultats spatiaux inhérents.

Les régions peuvent créer et encourager différents types d'activités sportives dont notamment l'organisation des manifestations sportives. Les recherches futures pourraient explorer la genèse et les mécanismes sous-jacents de l'encouragement de l'entrepreneuriat dans l'industrie sportif, et la manière avec laquelle les entrepreneurs pourront utiliser au mieux et valoriser les ressources propres à un lieu (Korsgaard et al., 2015).

Les orientations pour de futures recherches:

Les recherches futures auront l'occasion d'étudier en profondeur l'esprit entrepreneurial localisé; Comment les entrepreneurs s'interagissent avec leur contexte spatial immédiat et font usage de ses ressources naturelles innées. Ces points de vue peuvent être utiles pour comprendre pourquoi certains endroits sont plus entreprenantes que d'autres, et comment certains régions développent et attirent l'entrepreneuriat sportif. Une étude attentive de la nature spatiale du processus entrepreneurial peut éclairer certains de ses résultats spatiaux inhérents du développement régional, comme la création localisée et la découverte d'opportunités.

Ces nouvelles recherches pourraient étudier empiriquement comment l'environnement extérieur est évalué par les entrepreneurs sportifs en ce qui concerne la détermination des engagements financiers envers les entreprises sportives.

La nature et la forme de l'entrepreneuriat sportif changent selon les caractéristiques de l'environnement. Il convient d'entreprendre des travaux comparatifs plus approfondis sur la manière dont l'entrepreneuriat sportif diffère d'un pays et d'une région à l'autre. Les questions de recherche qui doivent être abordées notamment: Comment les entreprises sportives peuvent-elles être gérées afin de créer de la valeur? Quels sont les défis et les opportunités auxquels devraient faire face les entreprises sportives ?

BIBLIOGRAPHIE

- AUDRETSCH D. & al(2010), Cultural diversity and entrepreneurship: a regional analysis for Germany, *The Annals of Regional Science*, Volume 45, n°1, pp. 55–85
- ATTAHIR Y. & al (2000), “Exploring entrepreneurship in a declining economy”, *Journal of Developmental Entrepreneurship*; Volume 5, n°1, p. 41-56.
- BAUMOL W. (2004): “An Entrepreneurial Economist on the Economics of Entrepreneurship”, *small business economics*, Volume 23, n°1, pp. 1–7
- BENNEWORTH P. (2004) « In what sense 'regional development?', *Entrepreneurship, underdevelopment and strong tradition in the periphery*”, *Entrepreneurship and regional development, an international journal*, Volume 16, N°, pp. 22-37
- BEUGELSDIJK S. & al (2004); “Entrepreneurial attitude and economic growth: A cross-section of 54 regions; *The Annals of Regional Science*,” Volume 38, N° 2, pp 199–218
- BALL S. (2005), “The Importance of Entrepreneurship to Hospitality, Leisure, Sport and Tourism”,https://www.researchgate.net/publication/241284450_The_Importance_of_Entrepreneurship_to_Hospitality_Leisure_Sport_and_Tourism, (consulté le 10/05/2017)
- EROĞLU O., (2011), *Entrepreneurship, National Culture and Turkey*, *International Journal of Business and Social Science*; Vol. 2 No. 16; pp. 11-32
- ENSLEY M. & al , (2000) ; *Investigating the Existence of the Lead Entrepreneur*,https://www.researchgate.net/publication/270820331_Investigating_the_Existence_of_the_Lead_Entrepreneur consulté le (01/04/2017)
- EROĞLU Osman (2011), “Entrepreneurship, National Culture and Turkey, *International journal of business and Social Science*”, Vol. 2 No. 16; pp. 12-17
- FAYOLLE A. & al (2010), *Création par nécessité et précarité: la face cachée de l’entrepreneuriat*,<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00534819/document>, (consulté le 25/03/2017)
- FELDMAN P. (2001), “the entrepreneurial event revisited: Firm Formation in a Regional Context”,<https://doi.org/10.1093/icc/10.4.861>, (consulté le 07/08/2016)

- HALL C. (2006) “Urban entrepreneurship, corporate interests and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism”, DOI: 10.1111/j.1467-954X.2006.00653.x (consulté le 09/08/2016)
- HITT M. & al (2001). “Guest editors introduction to the special issue on strategic entrepreneurship, Entrepreneurial strategies for wealth creation”, *Strategic Management Journal*, Volume 22, N° 7, pp. 479–491.
- HOPP C., & al (2012). “The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success”, *Entrepreneurship & regional development*, Volume 24, N° 9-10, pp. 140-350
- HUGGINS R., & al (2011). “Entrepreneurship and regional competitiveness: The role and progression of policy”, *Entrepreneurship and Regional Development*, Volume 23; N° 10, pp. 907–932.
- JOHANNISON B., & al (1997), “contextualizing entrepreneurial networking”. *International Studies of Management & Organization*, Volume 22, n°3, pp.109–137.
- KENNEY M. & al (1988), “capital and high technology entrepreneurship”, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0883902688900110> consulté le (09/06/2017)
- LUMPKIN G. & all (2015) “Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle”, *Journal of Business Venturing*, volume 16, N°12, pp.429–451
- MIRJAM C. & al (2007) “What is the value of entrepreneurship? A review of recent research”, *small business economics*, Volume 29, N°4, pp. 351–382
- MUELLER P. (2007), *Exploiting Entrepreneurial Opportunities: The Impact of Entrepreneurship on Growth*, *Small Business Economics*, Volume 28, n° 4, pp. 355–362
- RATTEN, V. (2010) ‘Developing a Theory of Sport-Based Entrepreneurship’, *Journal of Management & Organization*, Volume 16, p. n° 10 573-582.
- RATTEN V. (2010), *Developing a theory of sport-based entrepreneurship*, *Journal of Management and Organization*, Volume 16, n°10 pp. 557-565
- SPILLING O. (1996); “The Entrepreneurial System: On Entrepreneurship in the Context of a Mega-Event”, *journal of business research*, Volume 36, n° 1, pp. 15-24
- SIRI T. (2008), “Entrepreneurial Career Capital, Innovation and New Venture Export Orientation”, <https://ideas.repec.org/p/eim/papers/h200808.html>, consulté le (05/01/2017)
- SZABO Z. & al (2012); “Innovative Entrepreneurship for Economic Development in EU”, *Procedia Economics and Finance*, Volume 3, N°14, Pages 268-275
- SCOTT S. & al (2000), “The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research”, *The Academy of Management Review* Vol. 25, N°. 1, pp. 217-226
- TERJESEN S. (2008), *Entrepreneurial Career Capital, Innovation and New Venture Export Orientation*, https://www.researchgate.net/profile/Siri_Terjesen/publication/5012632_Entrepreneurial_Career_Capital_Innovation_and_New_Venture_Export_Orientation/links/02e7e52a704fe89a0600000/Entrepreneurial-Career-Capital-Innovation-and-New-Venture-Export-Orientation.pdf, (consulté le 01/02/2017)

TAMASY C. (2006), “Determinants of regional entrepreneurship dynamics in contemporary Germany: A conceptual and empirical analysis”, *Regional Studies*, Volume 40, N° 4, pp. 20-32

WENNEKERS S. & al (1999) “Linking Entrepreneurship and Economic Growth”, Volume 13, Issue 1, pp 27–56.