

## **Les ALTICIADES : apprendre autrement en IUT Techniques de Commercialisation**

Jacques ARLOTTO

Directeur du programme entrepreneurial

INT

Mél : [jacques.arlotto@int-edu.eu](mailto:jacques.arlotto@int-edu.eu)

Philippe JOURDAN

Maître de conférences

IUT EVRY

Mél. : [p.jourdan@iut.univ-evry.fr](mailto:p.jourdan@iut.univ-evry.fr)

### **Résumé (abstract)**

La recherche porte sur l'analyse d'une initiative pédagogique originale, les ALTICIADES au regard de sa contribution entrepreneuriale. Plus concrètement, l'article vise à répondre à la question suivante : « une compétition facultative qui déroge aux cours magistraux contribue-t-elle à développer chez les étudiants un esprit d'entreprendre et si oui quelles sont les qualités entrepreneuriales sous-jacentes qu'elle révèle ? ». Pour cela, une enquête par questionnaire en ligne a été menée auprès des participants. Trois attentes prioritaires et pertinentes avec les motivations entrepreneuriales ont été retenues : l'esprit de compétition, l'attrait du gain et l'envie d'apprendre autrement. Une modélisation par les équations structurelles a permis de mettre en évidence la contribution de ses motivations à la satisfaction des étudiants sur la dimension entrepreneuriale de la manifestation des ALTICIADES. Les limites et les pistes de recherche future sont ensuite présentées.

## **Les ALTICIADES : apprendre autrement en IUT Techniques de Commercialisation**

### **Résumé (abstract)**

La recherche porte sur l'analyse d'une initiative pédagogique originale, les ALTICIADES au regard de sa contribution entrepreneuriale. Plus concrètement, l'article vise à répondre à la question suivante : « une compétition facultative qui déroge aux cours magistraux contribue-t-elle à développer chez les étudiants un esprit d'entreprendre et si oui quelles sont les qualités entrepreneuriales sous-jacentes qu'elle révèle ? ». Pour cela, une enquête par questionnaire en ligne a été menée auprès des participants. Trois attentes prioritaires et pertinentes avec les motivations entrepreneuriales ont été retenues : l'esprit de compétition, l'attrait du gain et l'envie d'apprendre autrement. Une modélisation par les équations structurelles a permis de mettre en évidence la contribution de ses motivations à la satisfaction des étudiants sur la dimension entrepreneuriale de la manifestation des ALTICIADES. Les limites et les pistes de recherche future sont ensuite présentées.

## **Les ALTICIADES : apprendre autrement en IUT Techniques de Commercialisation**

Une relecture de la littérature à propos de l'enseignement de l'entrepreneuriat nous montre qu'un grand nombre de champs sont déjà explorés. Il existe une littérature intéressante sur l'enseignement de l'entrepreneuriat à des étudiants (Hernandez, 1999) ou bien encore en formation initiale (Goujet, 2005), chacun des auteurs veillant à en indiquer les obstacles. Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise (Boissin, Chollet et Emin, 2005), l'enseignement de l'entrepreneuriat au sein des écoles de commerce (Albert, Bernasconi et Boucand, 1999), la sensibilisation des lycéens à l'entrepreneuriat (Allemandi et Neunreuther, 2002), ou bien encore celle des étudiants en IUT (Cap 1999) font partie des domaines déjà explorés. Pour autant la contribution des concours pédagogiques à la découverte de l'univers de l'entreprise n'a été abordée que dans un cadre restrictif, celui des concours obligatoires (Arlotto et Jourdan, 2003). Notre recherche porte sur l'apport à l'enseignement entrepreneurial des concours pédagogiques facultatifs, en prenant l'exemple de la manifestation des ALTICIADES.

Depuis la fin des années 80, les départements Techniques de Commercialisation (TC), à travers l'association Réseau TC, organisent chaque année, début janvier, les ALTICIADES, compétition pédagogique qui regroupe actuellement plus d'une trentaine de départements sur les 80 départements répartis sur toute la France. Chaque département TC participant envoie une équipe composée d'une dizaine d'étudiants encadrée par un à trois enseignants. Trois jours d'épreuves permettent aux étudiants de mettre en avant leur savoir-faire et leur esprit d'équipe à travers des épreuves intellectuelles et physiques, épreuves qui, sans le dire expressément, ont vocation à développer (sinon révéler) leur esprit d'initiative et d'entreprendre.

Soulignons que cette manifestation, à caractère facultatif, réunit les caractéristiques de la tragédie classique, conférant à la manifestation une de ses spécificités fortes par rapport à l'enseignement en IUT : une unité de lieu (une station de sport d'hiver et une ville de montagne), une unité d'action (la compétition à travers différentes épreuves) et ce dans une unité de temps (trois jours).

Il nous a semblé intéressant d'étudier les retombées de cette manifestation sous l'angle

entrepreneurial. Plus concrètement, notre recherche vise à répondre à la question suivante : « une compétition facultative ainsi conçue contribue-t-elle à développer chez les étudiants un esprit d'entreprendre et si oui quelles sont les qualités entrepreneuriales sous-jacentes qu'elle révèle ? ». Répondre par l'affirmative à cette question permettrait d'apporter une solution à une faiblesse récurrente de l'enseignement de l'esprit d'entreprendre en IUT : faute de volumes horaires suffisants pour mener des actions pédagogiques conduisant à la préparation d'un projet concret de création d'entreprises (ou à l'élaboration des composantes du plan d'affaires), les enseignements magistraux dominent dans cette matière contraignant l'étudiant à aborder la découverte de l'univers de l'entreprise dans une approche restrictive de type « magister dixit ».

Le plan de notre recherche s'articule ainsi : la première partie présente, à travers l'exemple d'un département participant, dans quel contexte pédagogique et selon quelles modalités se déroule la participation à la manifestation des ALTICIADES ; la deuxième partie est consacrée à l'analyse et à la réflexion découlant du traitement de deux questionnaires administrés en ligne en 2006 et 2007 quelques semaines après le déroulement des épreuves nous permettant de découvrir les éventuels apports de la manifestation pour les étudiants concernés.

## **1- Présentation du contexte de la participation aux ALTICIADES : les APE**

Le département Techniques de Commercialisation qui nous a servi de sujet d'observation à travers sa participation aux ALTICIADES se situe dans une grande agglomération parisienne et a été créé au début des années 90. Il comprend aujourd'hui quatre à cinq groupes d'étudiants en première année, quatre groupes en deuxième année, deux groupes en alternance ainsi que deux licences professionnelles.

Dans le cadre des projets « tutorés » (projets menés par les étudiants en parallèle des cours et encadrés par un enseignant du département), tous les étudiants doivent réaliser une mission où l'esprit d'entreprise est mis en avant. Il peut s'agir de missions humanitaires (aider les Restos du cœur, collecter des poches de sang, organiser un événement pour obtenir des dons destinés à la lutte contre la mucoviscidose, etc.), ou destinées à promouvoir la culture (organiser une exposition de peinture pour promouvoir de jeunes artistes, organiser un festival de jeux de réflexion, etc.) ou bien encore orientées vers la promotion du département TC (forum poursuite d'études, journées portes ouvertes, etc.). Pour autant l'accent est mis sur les projets d'aide aux jeunes créateurs d'entreprises (moins de cinq ans) ou de futurs entrepreneurs qui

ont besoin d'étayer leur plan d'affaires ou qui souhaitent un appui pour renforcer leur actions marketing et commerciales : création et qualification de fichiers clients, prospection de nouveaux marchés, définition d'une stratégie de communication, montage d'un dossier de financement, étude de marché, étude de faisabilité, montage d'un dossier pour obtenir des fonds publics, mise au point d'une argumentation commerciale, etc. L'orientation (non exclusive) vers la jeune entreprise a été décidée dans ce département TC à la rentrée 1995, avec la mise en place d'une charte expliquant le rôle des étudiants, du tuteur et du jeune créateur. Depuis cette date, plusieurs centaines de missions ont été réalisées et le caractère entreprenant de ces projets a également été renforcé dans l'appellation générique des projets tutorés qui se voient appeler APE (Activités Professionnelles et Entrepreneuriales), acronyme dont se sont rapidement appropriés les étudiants et les enseignants (dans ce département TC, aucun protagoniste n'emploie l'expression « projet tutoré »).

Chaque équipe APE est composée à parité d'étudiants de première et de deuxième année, les effectifs variant, suivant les missions, de 6 à 12 étudiants. Les étudiants de deuxième année, porteurs des projets, en font la promotion en début d'année universitaire auprès des étudiants de première année, et si ces derniers sont intéressés, ils passent des entretiens de recrutement auprès des deuxièmes années pour intégrer l'équipe. Chaque APE est soumis à un cahier des charges comprenant un contrat d'objectifs présenté pour accord à un jury d'enseignants en début d'année universitaire. A l'issue de la mission, les étudiants présentent les résultats de leurs missions lors d'une soutenance orale et remettent un rapport d'activité de leur mission. La soutenance est structurée autour des objectifs initialement souscrits dans le contrat d'objectifs. C'est dans ce contexte d'encadrement pédagogique que se situe la participation à la manifestation des ALTICIADES qui forme un projet APE à part entière.

### **1.1- Constitution des équipes ALTICIADES**

Les étudiants de deuxième année qui participent aux ALTICIADES recrutent des étudiants de premières années sur des critères de sélection en rapport avec les qualités exigées d'un entrepreneur : goût pour la compétition, sens relationnel, capacité à travailler en équipe, aptitude à la négociation. L'épreuve nécessitant une participation à une compétition de ski, la pratique de ce sport est fortement conseillée sans être toutefois obligatoire. En règle générale, les deuxièmes années retiennent cinq à six étudiants de première année après en avoir auditionné une trentaine.

## **1.2- La préparation de la compétition**

L'emploi du temps accorde une demi-journée (le jeudi après-midi) aux projets tutorés, mais compte tenu de l'ampleur de la tâche, les étudiants y consacrent une bonne partie de leurs temps libres de septembre à début janvier.

Les membres de l'équipe sont répartis en plusieurs groupes correspondant aux différentes épreuves qui devront être réalisées durant les trois jours de compétition : organisation d'un salon des produits régionaux, épreuve de négociation, participation à un relais mystère, démonstration d'un objet glissant non identifié (OGNI), compétition de ski et de surf des neiges. Chaque semaine le capitaine de l'équipe envoie par courrier électronique l'état d'avancement des épreuves demandant une préparation (salon, négociation et OGNI) aux trois enseignants chargés de les accompagner et de répondre à leurs différentes questions.

Les ALTICIADES comprennent ainsi au total six épreuves, deux faisant appel directement aux enseignements dispensés en TC (merchandising, marketing, vente, création d'entreprise, négociation, etc.), trois relevant des qualités sportives des étudiants et des enseignants. Enfin la dernière épreuve connue sous l'acronyme OGNI (Objet Glissant Non Identifié) exige la réalisation artisanale d'un char à ski représentant un symbole de la région du département TC concourant, tout en satisfaisant à des exigences de glisse, de sécurité ainsi qu'à la mise en scène d'une chorégraphie.

Un enseignant est chargé de préparer plus particulièrement l'étudiant qui sera chargé de représenter le département lors de l'épreuve de négociation, les trois enseignants réalisant des points réguliers (une fois par quinzaine) avec les différents membres de l'équipe.

## **1.3- Le déroulement des épreuves en 2006 et en 2007**

Chaque épreuve est affectée d'un coefficient pour le calcul du classement final.

L'épreuve phare est le salon des produits régionaux (30% du total), première épreuve des ALTICIADES et qui est ouverte au public. Le salon se déroule dans une salle des fêtes et un préau de cour d'école, les emplacements pour chaque TC sont tirés au sort. Chaque équipe a préparé son stand en conformité avec un cahier des charges très précis fourni par les organisateurs aux participants dès le mois d'octobre. La mise en place s'effectue dès le matin du premier jour des épreuves (un mercredi), et le stand doit être opérationnel à l'ouverture au public dès 14h00. Le stand est de dimension restreinte (1,80 m de profondeur sur 2,00 m de large et 2,20 m de haut) et des pénalités sont prévus en cas de dépassement des dimensions.

En permanence l'animation du stand est assurée par quatre à cinq étudiants, tandis que les autres proposent au milieu des allées des produits à déguster. Un jury composé de plusieurs enseignants est chargé de noter les différentes équipes sur les critères suivants : qualité de l'animation, diversité et qualité des produits, merchandising, hygiène et respect de la chaîne du froid, pertinence et originalité de la thématique du stand reflétant la région, qualité de l'argumentation commerciale, costumes. Les produits mis à la vente sont en principe obtenus en dépôt vente auprès d'artisans.

Le deuxième jour accueille le matin l'épreuve de ski (10%) et le relais mystère l'après-midi (10%). Trois étudiants par équipe peuvent participer à une épreuve de slalom géant, les deux meilleurs temps sont pris en compte pour le classement. L'épreuve de relais comprend la participation obligatoire d'un enseignant. Elle est composée d'une série de courses individuelles avec passage de témoin et se termine par une descente en luge articulée.

Le troisième jour est consacré à la négociation (20%), au surf (10%) et à l'OGNI (20%). La négociation s'articule autour d'un produit ou d'un service proposé par un des partenaires des ALTICIADES, les jurys sont composés de deux enseignants qui à tour de rôle jouent le client ou l'observateur. Un débriefing est réalisé systématiquement à la fin de chaque audition. Une grille de notation permet d'affiner au mieux la note. Le surf se déroule suivant les mêmes modalités que le ski. Enfin, les ALTICIADES se clôturent par l'épreuve de l'OGNI qui est noté suivant plusieurs critères : pertinence de la thématique en liaison avec la région du département TC, originalité, sécurité, scénarisation de la présentation, etc.

## **2- Méthodologie et résultats de la recherche**

A l'issue des ALTICIADES 2006 et 2007, une démarche de questionnement des participants a été systématiquement mise en place. Destiné initialement à recueillir l'évaluation des étudiants sur la manifestation afin d'anticiper d'éventuelles adaptations des modalités de déroulement des épreuves, ce questionnement a été complété pour répondre aux objectifs de la recherche dont la méthodologie est présentée ci-après.

### **2.1- Méthodologie de la recherche**

#### **A- Le questionnaire**

Le questionnaire administré sur Internet comprend environ 30 questions et se structure autour de trois grandes parties : une première partie consacrée au relevé des attentes, une deuxième partie centrée sur la mesure de la satisfaction et enfin une dernière partie dédiée aux pistes

d'améliorations suggérées par les étudiants. Deux questions ont été ajoutées afin de répondre aux objectifs de la recherche. La première question est une évaluation d'un ensemble de critères selon une échelle d'importance (de 1, pas du tout important, à 5, très important) afin de déterminer quelles sont les attentes prioritaires des participants à l'égard des ALTICIADES. La seconde question est destinée à mesurer la vocation entrepreneuriale suscitée à l'issue des ALTICIADES. Par la suite, les réponses à la première question seront considérées comme des variables explicatives, les réponses à la seconde formant la variable à expliquer.

## **B- L'échantillon**

L'échantillon est issu de deux questionnaires, administrés en ligne quelques semaines après le déroulement de la manifestation, par deux enseignants chercheurs. Il est administré en langue française. L'échantillon est constitué en 2006 de 88 étudiants et de 83 étudiants en 2007 qui ont répondu à l'ensemble des questions. Dans l'ensemble, les données collectées l'ont été sur la plus grande partie des départements TC, sans se cantonner à un ensemble géographique trop restreint ou bien encore à un échantillon de participants atypiques eu égard aux résultats obtenus aux différentes épreuves.

## **C- L'opérationnalisation des variables**

Pour répondre à la question posée à savoir « une compétition facultative ainsi conçue contribue-t-elle à développer chez les étudiants un esprit d'entreprendre et si oui quelles sont les qualités entrepreneuriales sous-jacentes qu'elle révèle ? », nous avons choisi de modéliser l'impact des attentes prioritaires à l'égard des ALTICIADES sur la vocation entrepreneuriale suscitée.

Pour cela, une série d'analyses en composantes principales (ACP) a permis de réduire les variables d'attentes (14 au départ) en trois dimensions sous-jacentes : l'esprit de compétition, l'attrait pour le gain et l'envie d'apprendre autrement. Au final les deux jeux de données pour 2006 et 2007 ont été fusionnés, les ACP menées sur les deux années considérées ayant montré une grande stabilité longitudinale. Malgré le faible nombre d'items, les trois dimensions obtenus satisfont aux critères de validation retenus : le pourcentage de variance expliqué par les trois axes est élevé (65%) et

nettement supérieur au seuil de 50% ; après rotation oblimes (les trois facteurs étant corrélés), les coefficients de la matrice des types sont comparables quelle que soit l'année considérée et au global des deux années. Les contributions des items retenus sont stables et élevés sur chaque axe, le premier exprimant l'esprit de compétition (« développer un esprit de compétition » ; « participer à une épreuve de compétition » ; « défendre les couleurs de son département TC »), le second l'attrait pour la dotation aux vainqueurs (« gagner un prix en numéraire » ; « gagner un prix en matériel ») et le troisième l'envie d'apprendre autrement (« travailler en équipe » ; « sortir du quotidien des cours » ; « apprendre de façon non magistrale »). Par la suite, ces trois dimensions sont considérées comme des facteurs latents, dont les manifestations s'expriment au travers des items qui les mesurent. L'esprit de compétition, l'attrait pour le gain et l'envie d'apprendre autrement forment donc trois attentes de second ordre, dont il est utile de souligner qu'elles sont souvent sous-jacentes à la motivation pour entreprendre.

La variable à expliquer est une variable latente mesurée à partir de trois items centrés sur le caractère entrepreneurial de la manifestation. Ces trois items sont ceux retenus à l'issue d'une analyse en composantes principales et expliquent très fortement le facteur (80%). Le premier item porte sur l'intention de recommandation des ALTICIADES en tant que manifestation d'entreprendre, le second item aborde l'évaluation de l'apport entrepreneurial de l'évènement et le troisième est une mesure de la satisfaction globale de l'étudiant par rapport à son attente entrepreneuriale initiale. Nous convenons d'appeler cette variable latente, qui se reflète dans nos trois items de mesure, « adhésion entrepreneuriale » de l'étudiant aux ALTICIADES. Par la suite cette variable sera considérée comme la variable dépendante de notre modèle.

## **2.2- Les résultats de la recherche**

L'annexe 1 présente le modèle final de la recherche. L'esprit de compétition, l'attrait pour la dotation et l'envie d'apprendre autrement ont été considérées comme des motivations propres à susciter l'adhésion entrepreneuriale à un concours pédagogique comme les ALTICIADES. Les variables latentes explicatives ont toutefois été corrélées entre elles, car d'une part, la matrice des corrélations révèle de fortes corrélations entre les scores et d'autre part, la théorie

justifie que l'esprit de compétition et l'attrait pour la dotation fonctionnent ensemble ou bien encore que l'esprit de compétition et l'attrait pour la dotation soient plus prononcés auprès de ceux qui développent une forte envie d'apprendre autrement.

Le modèle obtenu s'ajuste de façon tout juste satisfaisante aux données de la collecte (pour l'analyse de l'ajustement des données aux modèles, nous avons suivi la démarche préconisée par Fornell et Larcker, 1981). Le ratio du chi-deux sur le nombre de degrés de liberté se révèle supérieur au seuil de 2 habituellement retenu (4,5). Les critères GFI et AGFI sont tout juste conformes aux seuils critiques (0,90 et 0,80). Les résidus moyens demeurent contenus (0,11) et l'indice de parcimonie du modèle d'une valeur de 340 demeure inférieur à celui du modèle saturé (405). Cette qualité d'ajustement tout juste satisfaisante peut s'expliquer par la faible taille de l'échantillon eu égard au nombre important d'indicateurs retenus, mais également par une faible discriminance des scores relevés sur les items de mesure de la variable latente endogène (« adhésion entrepreneuriale »). L'instrument de mesure est sans doute perfectible, un point qui forme une des limites de notre recherche. Toutefois, à la lecture de ces indices, nous concluons que notre modèle est acceptable pour une mesure psychométrique à visée exploratoire.

Ceci étant posé, le modèle indique que les trois motivations retenues (esprit de compétition, attrait pour la dotation et envie d'apprendre autrement) ont un impact positif sur le partage de la vocation entrepreneuriale de la manifestation, que mesurent l'intention de recommandation de cette dernière, l'évaluation de l'apport entrepreneurial et la satisfaction globale, bien que la part de variance expliquée soit faible : 35% de l'adhésion entrepreneuriale est expliquée à hauteur de 30% par l'envie d'apprendre autrement et seulement 2% et 3% par l'attrait pour la dotation et l'esprit de compétition. Les résultats indiquent le poids très élevé de la dimension pédagogique (« envie d'apprendre autrement ») dont la contribution l'emporte largement sur celle des deux autres facteurs qui demeurent marginaux. On peut être surpris à l'exposé du déroulement de la manifestation d'un tel résultat, mais il est vrai que les dotations demeurent modestes et réparties et que le développement de l'esprit de compétition souffre de l'absence de médiatisation de l'événement (en dehors du réseau TC).

Soulignons enfin que les trois facteurs exogènes sont fortement corrélés, ainsi que nous le pressentions. L'esprit de compétition et l'attrait pour la dotation partagent une corrélation de 0,78, l'attrait pour la dotation et l'envie d'apprendre autrement de 0,61 et enfin l'esprit de compétition et l'envie d'apprendre autrement sont corrélés à hauteur de 0,81. Les dimensions étudiées ne sont donc pas indépendantes. Toutefois, l'envie de partager d'autres formes

d'enseignement demeure la motivation principale, les deux autres restant contenues sinon marginales.

S'agissant de méthodes alternatives d'apprentissage en entrepreneuriat, les trois items motivationnels sous-jacents sont la recherche du travail d'équipe, le fait de sortir du quotidien des cours et l'apprentissage de façon non magistrale, confortant ainsi une hypothèse émise au début de notre recherche : un concours pédagogique comme les ALTICIADES suscite une motivation d'autant plus forte à l'apprentissage de l'entrepreneuriat qu'il permet d'échapper à un enseignement de type « magister dixit ».

### **3- Conclusion de la recherche**

Notre recherche a pour but de combler une lacune en s'intéressant aux compétitions facultatives impliquant des équipes d'étudiants d'IUT. Certes, notre modèle ne prétend pas répondre en totalité à la question abordée en introduction de notre article : « une compétition facultative [comme les ALTICIADES] contribue-t-elle à développer chez les étudiants un esprit d'entreprendre et si oui quelles sont les qualités entrepreneuriales sous-jacentes qu'elle révèle ? ». Pour autant les résultats qu'il révèle sont encourageants et semblent montrer qu'il existe de réelles motivations entrepreneuriales (esprit de compétition, attrait pour la dotation, envie d'apprendre autrement) à l'origine de l'adhésion entrepreneuriale à ce type de manifestation, motivations où dominent la recherche d'autres formes d'apprentissage et d'acquisition de connaissances / compétences.

Certaines limites doivent maintenant être rappelées. Elles forment des pistes de recherche pour d'autres répliques ou d'éventuelles améliorations de notre modèle explicatif. En premier lieu, le concept que nous avons dénommée « adhésion entrepreneuriale (à la manifestation) » a fait l'objet d'une mesure partielle. Le construit est sans doute multi-facettes et plus complexe que celui que nous avons utilisé. Une réelle démarche de construction d'échelle permettrait de s'assurer de sa validité interne et externe, démarche que nous n'avons pas pu mettre en œuvre de manière réellement satisfaisante. En second lieu, le modèle que nous proposons s'appuie sur une double collecte de données... mais à l'occasion d'une seule manifestation. Si les résultats observés sont constants sur 2006 et 2007, on peut aussi supposer qu'ils sont dépendants des spécificités propres aux ALTICIADES. Il conviendrait donc d'élargir à d'autres compétitions facultatives (autres épreuves, autres cycles, autres places dans le cursus pédagogique de l'étudiant, etc.).

## Bibliographie

ALBERT P., BERNASCONI M., BOUCAND F-X, (1999) « L'enseignement de l'entrepreneuriat au CERAM : une histoire avec Sophia-Antipolis », 1<sup>er</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lille, novembre

ALLEMANDI R., NEUNREUTHER B, (2002) « Entreprendre au Lycée » 2<sup>ème</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Bordeaux, avril

ARLOTTO J., JOURDAN P., (2003) « Les concours à la création d'entreprise : une nouvelle perspective pour l'entrepreneuriat », colloque AIREPME, Agadir, octobre.

BOISSIN J-P., CHOLLET B., EMIN S. (2005) « Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état des lieux », 4<sup>ème</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, novembre.

BOUTEILLER C., COLAS H. « Mise en œuvre d'un enseignement obligatoire de création – développement d'entreprise pour un public volumineux : une démarche sympathique » 1<sup>er</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lille, novembre

FORNELL Claes, LARCKER David F. (1981), « Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Errors », Journal of Marketing Research, 18,1 p39-50.

GOUJET R., MARION S. (1999) « Développer l'esprit d'entreprendre : bilan de quatre années d'expérience auprès d'étudiants en première année d'école de commerce à l'EM Lyon, 1<sup>er</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lille, novembre.

HERNANDEZ E-M (1999) « Enseigner l'entrepreneuriat aux étudiants, possibilités et limites », 1<sup>er</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lille, novembre.

TAKTAK KALLEL I., (2005) « Etat des lieux de l'enseignement de l'Entrepreneuriat dans les universités tunisiennes : pour une évaluation des couples enseignements / établissements dans leur capacité à créer une dynamique entrepreneuriale » 4<sup>ème</sup> congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Paris, novembre.

## Annexe 1

Antécédents motivationnels de l'adhésion entrepreneuriale à un concours pédagogique non obligatoire.

