

**CONFÉRENCES-MIDI**  
**L'EMPLOI DES JEUNES : ÉTAT ET ENJEUX ACTUELS**



CHAIRE-RÉSEAU DE RECHERCHE  
SUR LA JEUNESSE DU QUÉBEC

# Entreprendre en collectif chez les jeunes : quels sont les déterminants et les configurations menant à l'intention ?

---

Étienne St-Jean, Rahma Chouchane, Meryem Kabbaj, Christiane Lolita Memdjofeng Toche



UNIVERSITÉ  
**LAVAL**

Faculté des sciences  
de l'administration



**17 AVRIL 2026**

01

---

# Introduction

# Introduction

L'entrepreneuriat social gagne en popularité depuis plus d'une vingtaine d'années (Gupta et al., 2020; Saebi et al., 2019), l'entrepreneuriat collectif semble moins connu, malgré un récent appel à s'y attarder (Ben-Hafaïedh et al., 2024).

Les jeunes ont une prise de conscience croissante des problèmes sociaux et souhaitent avoir un impact significatif.

Les valeurs servent de ciment qui unit les membres d'un projet autour d'une vision commune et d'objectifs partagés → Quel rôle jouent-elles dans la formation de l'intention d'entreprendre collectivement ?

*Quels sont les déterminants et les configurations menant à l'intention d'entreprendre en collectif chez les jeunes (18-35 ans) ?*

02

---

## Cadre théorique

# Définitions et positionnement

- ▶ L'émergence des concepts « entrepreneuriat social », « entrepreneuriat à impact », « entrepreneuriat collectif » a permis de redéfinir la compréhension dominante de l'entrepreneuriat classique perçu comme une source de création de valeur économique à travers la prise de risque individuel et l'innovation (Ben-Hafaïedh et al, 2024).
- ▶ La littérature s'intéresse aujourd'hui à la dimension collective de l'entrepreneuriat en dépassant l'idée d'un entrepreneuriat individuel et en évoluant vers la mobilisation d'approches collectives (Razafindrazaka et Fourcade, 2016).
- ▶ L'entrepreneuriat collectif vise à satisfaire l'intérêt des membres, alors que l'entrepreneuriat social a pour finalité l'intérêt de la communauté (Lévesque, 2002).

**L'entrepreneuriat dans l'économie sociale désigne la création collective d'une organisation à but non lucratif ayant une vocation sociale. Cette approche entrepreneuriale combine ainsi (1) une mission sociale (à l'instar de l'entrepreneuriat social), (2) l'entrepreneuriat collectif (compris comme une auto-organisation collective) et (3) une structure organisationnelle à but non lucratif.**

# Rôle de la connaissance en économie sociale

1

Existence de plusieurs mythes à l'égard de l'économie sociale.

2

Exemples : Mauvais salaires, entreprises déficitaires ou sans envergure, uniquement pour intervenir auprès des démunis, etc. (Chantier de l'économie sociale).

3

Il est important de comprendre l'économie sociale et solidaire pour développer le goût d'y entreprendre.

***H1. Le niveau de connaissances en ÉS impacte positivement l'IEÉS***

# Modèle Valeurs-Attitudes-Comportement (VAC)

- ▶ Les valeurs conditionnent les attitudes, qui vont influencer les comportements (Homer & Kahle, 1988; Rokeach, 1971).
- ▶ Le modèle V-A-C est peu mobilisé en entrepreneuriat (St-Jean et Liñán, 2021).
- ▶ Plusieurs études ont souligné l'importance de l'analyse du rôle des valeurs personnelles dans le processus entrepreneurial (Fayolle et al., 2014; Hueso, Jaén, & Liñán, 2020).
- ▶ Cadre conceptuel de Schwartz (1992) sur les valeurs humaines : nous retenons l'altruisme et l'égoïsme/pouvoir.
- ▶ Les valeurs d'altruisme peuvent générer des attitudes positives envers l'entrepreneuriat collectif, qui pourront générer, à leur tour, une intention d'entreprendre en économie sociale

***H2. Les valeurs altruistes impactent positivement l'IEÉS***

***H3. Les valeurs égoïstes impactent négativement l'IEÉS***

# La théorie du comportement planifié (TCP)

- ▶ L'intention précède le comportement (Ajzen, 1991).
- ▶ Trois facteurs principaux : la croyance d'auto-efficacité, l'attitude et les normes subjectives.

*H4. Attitude envers l'entrepreneuriat impacte positivement l'IEÉS*

*H5. Les normes subjectives impactent positivement l'IEÉS*

*H6. Auto-efficacité entrepreneuriale (AEE) impacte positivement l'IEÉS*

## Modèle TCP (Ajzen, 1991)

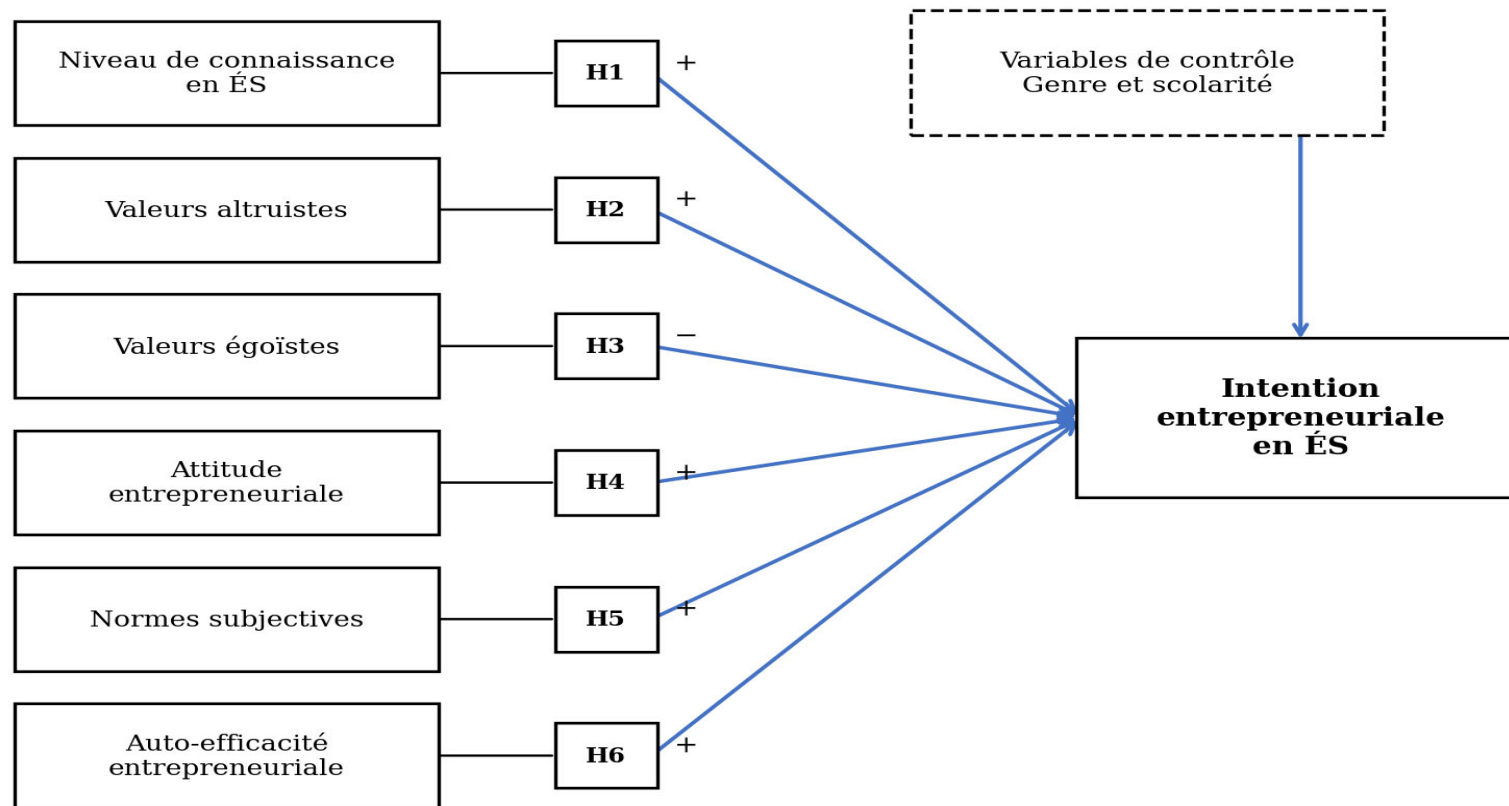
**Attitude:** Évaluation positive/négative du comportement

**Normes subjectives:** Pression sociale perçue

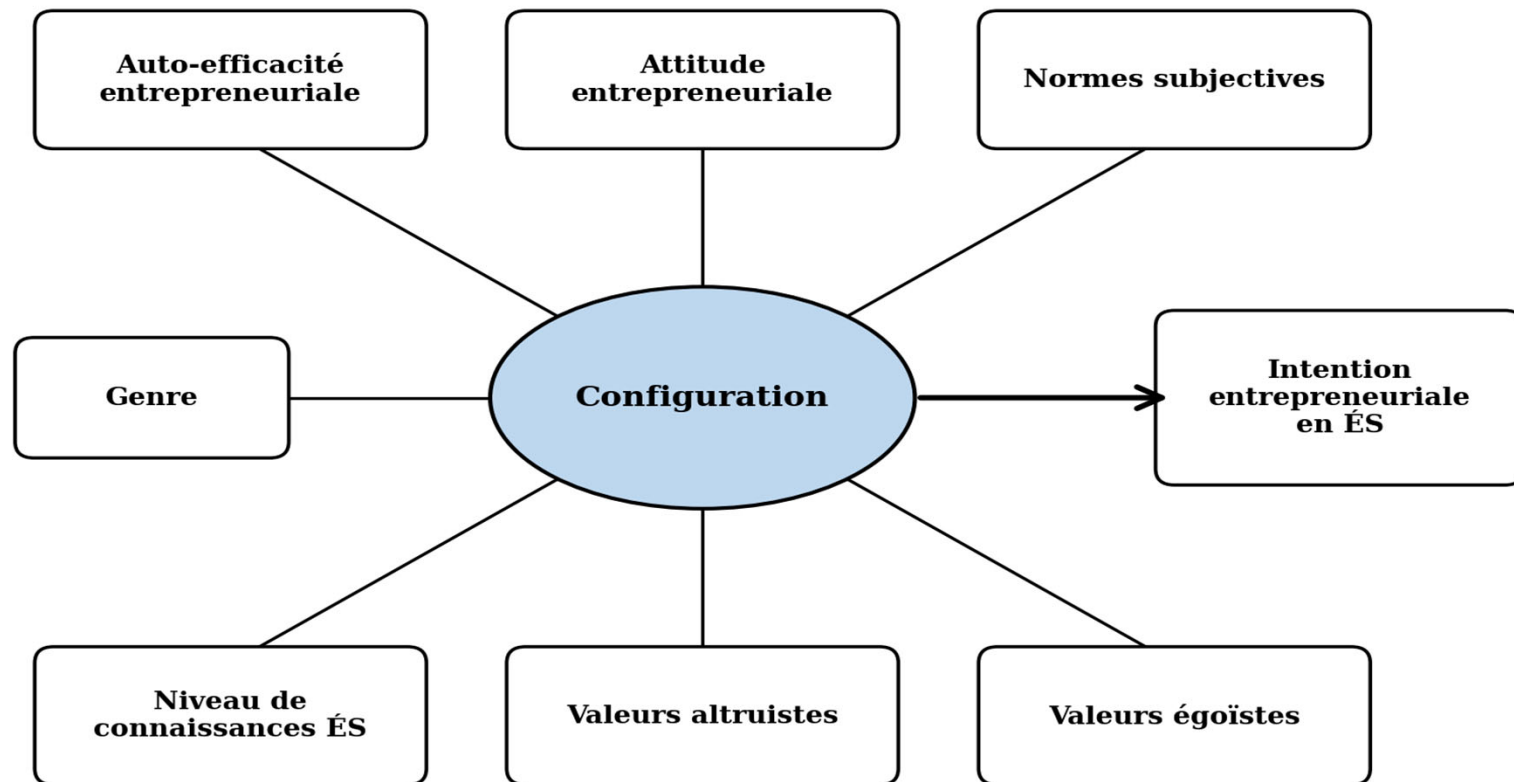
**Auto-efficacité:** Confiance en sa capacité à agir

**Intention:** Intention d'adopter le comportement

# Modèle linéaire de l'intention d'entreprendre en économie sociale



# Modèle configurationnel de l'intention d'entreprendre en économie sociale



03

---

# Procédures, échantillon et mesures

# Procédures, échantillon et analyses statistiques

## Procédures et échantillon

Les données sont collectées auprès d'un échantillon de 2 000 personnes âgées de 18 à 34 ans, résidant au Québec et pouvant s'exprimer en français (panel web Léger 360). \*\*\* Chantier de l'économie sociale du Qc \*\*\*

Pondération selon les données de Statistique Canada (sexe, région, âge, niveau de scolarité, présence ou non d'enfant(s) mineur(s) dans le ménage) :

- 33,3% des répondants sont âgés entre 18 et 24 ans et 66,7% de 25 à 34 ans
- 64,8% de femmes
- 37,3% diplôme universitaire; 35,4% diplôme collégial; 25,2% diplôme secondaire; 1,7% niveau primaire

## Analyses statistiques

**Analyse linéaire** (SPSS, v.27) · **Analyse configurationnelle** (R 4.3.0 Package QCA — Ragin et Sean, 2016)

*Une démarche analytique en phase aux récents travaux relatifs à l'intention d'entreprendre (Douglas & Prentice, 2019; Douglas et al., 2020; Kraus et al., 2018).*

# Mesures

IEÉS

## Intention d'entreprendre en économie sociale

Combinaison de deux questions sur la probabilité de devenir entrepreneur et d'opter pour un modèle collectif (Likert 1 à 4).

AEE

## Auto-efficacité entrepreneuriale

« Je possède les compétences et les habiletés pour démarrer une entreprise » (Likert 4 pts).

ATTE

## Attitude entrepreneuriale

« L'entrepreneuriat est un excellent choix de carrière » (Likert 4 pts).

NS

## Normes subjectives

« Mon entourage estime que l'entrepreneuriat serait un bon choix de carrière pour moi » (Likert 4 pts).

CÉS

## Connaissance de l'économie sociale

Un construit formatif créé par le Chantier de l'économie sociale du Québec sur la base de certains mythes entretenus à l'égard de l'économie sociale (six questions « vrai/faux »)

VA

## Valeur altruistes

Un item inspiré de la mesure de Schwartz (1992): « L'équité entre les personnes, prendre soin des autres et des plus démunis et vivre dans un monde sans conflit sont des valeurs importantes pour moi » (Likert 4 pts).

VE

## Valeur égoïstes

Un item inspiré de la mesure de Schwartz (1992): « Il est important d'avoir de l'argent, de travailler fort et d'être ambitieux dans la vie » (Likert 4 pts).

04

---

## Résultats linéaires

# Tableau 1 — Régression de l'intention en économie sociale

| Variable                         | Std β | Sig.(p) | Std β  | Sig.(p) | Std β  | Sig.(p) | Std β  | Sig.(p) |
|----------------------------------|-------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|---------|
| Genre                            | 0,021 | 0,563   | 0,030  | 0,415   | 0,042  | 0,247   | 0,006  | 0,863   |
| Scolarité                        | 0,046 | 0,217   | 0,057  | 0,123   | 0,005  | 0,893   | -0,008 | 0,819   |
| Auto-efficacité entrepreneuriale |       |         | -0,059 | 0,199   | -0,068 | 0,124   | -0,060 | 0,166   |
| Attitude entrepreneuriale        |       |         | 0,000  | 0,999   | -0,009 | 0,808   | -0,013 | 0,727   |
| Normes subjectives               |       |         | 0,147  | 0,002   | 0,161  | 0,001   | 0,184  | 0,001   |
| Connaissances sur l'ÉS           |       |         |        |         | 0,225  | 0,001   | 0,201  | 0,001   |
| Valeur altruistes                |       |         |        |         |        |         | 0,173  | 0,001   |
| Valeur égoïstes                  |       |         |        |         |        |         | -0,155 | 0,001   |
| n                                | 733   |         | 733    |         | 733    |         | 733    |         |
| adj. R <sup>2</sup>              | 0,000 |         | 0,011  |         | 0,057  |         | 0,107  |         |

05

---

# Résultats configurationnels

## Tableau 2 — Analyse des conditions nécessaires

| Conditions                         | IEÉS      |            |
|------------------------------------|-----------|------------|
|                                    | Cohérence | Couverture |
| Connaissances en ÉS                | 0,733     | 0,708      |
| ~Connaissances en ÉS               | 0,549     | 0,649      |
| Auto-efficacité entrepreneuriale   | 0,708     | 0,696      |
| ~ Auto-efficacité entrepreneuriale | 0,592     | 0,685      |
| Attitude entrepreneuriale          | 0,634     | 0,720      |
| ~ Attitude entrepreneuriale        | 0,712     | 0,712      |
| Normes subjectives                 | 0,702     | 0,734      |
| ~Normes subjectives                | 0,613     | 0,663      |
| Valeurs altruistes                 | 0,798     | 0,677      |
| ~Valeurs altruistes                | 0,474     | 0,675      |
| Valeurs égoïstes                   | 0,641     | 0,655      |
| ~Valeurs égoïstes                  | 0,654     | 0,725      |
| Genre                              | 0,629     | 0,533      |
| ~Genre                             | 0,371     | 0,529      |

## Tableau 3 — Analyse configurationnelle de l'intention d'entreprendre en ES

| Conditions                       | IEÉS 1       | IEÉS 2       | IEÉS 3       | IEÉS 4       |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Connaissances en ES              | ⊗            | ●            | ●            | ●            |
| Auto-efficacité entrepreneuriale |              |              | ●            | ●            |
| Normes subjectives               | ●            |              | ●            |              |
| Attitudes entrepreneuriales      |              |              | ⊗            | ⊗            |
| Valeurs altruistes               |              | ●            | ●            | ●            |
| Valeurs égoïstes                 | ⊗            | ⊗            |              | ⊗            |
| Genre                            | ⊗            | ⊗            | ●            |              |
| <b>Cohérence</b>                 | <b>0,891</b> | <b>0,862</b> | <b>0,887</b> | <b>0,897</b> |
| <b>Couverture brute</b>          | <b>0,131</b> | <b>0,168</b> | <b>0,226</b> | <b>0,338</b> |
| <b>Couverture unique</b>         | <b>0,036</b> | <b>0,026</b> | <b>0,031</b> | <b>0,000</b> |
| <b>Couverture solution</b>       | <b>0,455</b> |              |              |              |
| <b>Cohérence solution</b>        | <b>0,869</b> |              |              |              |

● Présence

⊗ Absence

□ Condition sans importance

06

---

## Discussion, contributions et limites

# Discussion

- 1 L'absence de connaissances sur l'entrepreneuriat collectif n'est pas un frein pour les hommes (dans deux configurations).
- 2 L'absence de certaines composantes du modèle d'Ajzen permettent de générer quand même cette intention.
- 3 L'absence de valeurs égoïstes et la présence de valeurs altruistes sont les bases de quatre configurations sur les sept identifiées, suggérant un rôle important de celles-ci (confirmé également dans les régressions).
- 4 Les déterminants habituels à l'intention d'entreprendre (auto-efficacité entrepreneuriale et attitude entrepreneuriale) ne sont pas utiles pour comprendre l'intention d'entrepreneuriat collectif.



# Contributions théoriques, méthodologiques et managériales

## Contributions théoriques et méthodologiques

- ▶ La mobilisation du modèle V-A-B permet d'enrichir la compréhension des déterminants de l'entrepreneuriat collectif, notamment l'importance des valeurs (altruisme et absence de valeurs égoïstes).
- ▶ Proposition d'un cadre d'analyse permettant d'explorer les liens entre valeurs, attitudes et intentions dans un contexte collectif.
- ▶ Notre étude démontre la pertinence de l'approche configurationnelle, qui a déjà fait ses preuves dans la compréhension du comportement entrepreneurial individuel (Douglas et al., 2020), pour l'étude de l'intention d'entrepreneuriat collectif.
- ▶ L'intention d'entreprendre « classique » diffère de l'intention d'entreprendre en économie sociale.

## Contributions managériales

- ▶ L'importance de la connaissance et de la compréhension de l'économie sociale pour favoriser l'intention d'entreprendre collectivement → Multiplier les initiatives de sensibilisation à l'entrepreneuriat collectif.
- ▶ Cette recherche met en évidence le rôle des valeurs altruistes → Encourager et cultiver ces valeurs chez les jeunes représente un levier d'action important pour favoriser l'émergence d'entrepreneurs solidaires et engagés.
- ▶ Des programmes éducatifs axés sur le développement des valeurs altruistes pourraient s'avérer particulièrement efficaces pour former la prochaine génération d'entrepreneurs en économie sociale et solidaire.

# Limites

## 01 Échantillon québécois

Étude basée sur un échantillon de jeunes du Québec  
→ Nécessité des études complémentaires pour adapter les résultats aux spécificités contextuelles de chaque région ou pays.

## 02 Mesure de l'attitude

Absence d'une mesure spécifique de l'attitude envers l'économie sociale.

## 03 Valeurs de primauté

Absence de valeurs de primauté des personnes sur le capital.

## 04 Intention ≠ comportement

La mesure de l'intention ne garantit pas la réalisation effective du comportement entrepreneurial →  
Nécessité de recherches longitudinales.

# Merci!

---

## Des questions?



[Etienne.St-jean@uqtr.ca](mailto:Etienne.St-jean@uqtr.ca)