

Encastrément social de l'entrepreneur : soubassement théorique

Social Embeddedness of the Entrepreneur: Theoretical Foundations

Khalid DIRI

Doctorant à l'ENCG de Fès, laboratoire de recherche et d'études en management, entrepreneuriat et finance (LAREMEF).

Samira SLAOUI

Professeure chercheuse à FST de Fès, laboratoire de recherche et d'études en management, entrepreneuriat et finance (LAREMEF).

Adresse de correspondance :	ENCG de Fès, Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Maroc
Déclaration de divulgation :	Les auteurs n'ont pas connaissance de quelconque financement qui pourrait affecter l'objectivité de cette étude. Ils assument l'entière responsabilité de tout éventuel plagiat, de l'usage de l'intelligence artificielle dans la rédaction, ainsi que des résultats présentés dans cet article.
Conflit d'intérêts :	Les auteurs ne signalent aucun conflit d'intérêts.
Citer cet article	DIRI, K., & SLAOUI, S. (2026). Encastrément social de l'entrepreneur : soubassement théorique. <i>International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics</i> , 7(3), 663–674. https://doi.org/10.5281/zenodo.19136196
Licence	Cet article est publié en open Access sous licence CC BY-NC-ND

Received: 26/02/2026

Accepted: 27/03/2026

International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics - IJAFAME

ISSN: 2658-8455

Volume 7, Issue 03 (2026)

Encastrément social de l'entrepreneur : soubassement théorique

Résumé :

L'entrepreneuriat est souvent perçu comme une activité individuelle et autonome, mais il est profondément enraciné dans des contextes sociaux, culturels et économiques. Si la littérature managériale reconnaît l'importance de l'environnement social de l'entrepreneur, elle demeure fragmentée entre des approches disciplinaires cloisonnées, sans synthèse articulant les mécanismes d'encastrement social aux phases du processus entrepreneurial. Cet article vise à analyser les principaux fondements théoriques de l'encastrement social de l'entrepreneur et à identifier les approches qui permettent de comprendre l'influence du réseau social sur l'intention entrepreneuriale et l'acte de création. Il s'agit d'une revue de littérature théorique et narrative mobilisant des travaux fondateurs et des contributions récentes (post-2010) sur les réseaux sociaux, le capital social et la théorie de l'encastrement. L'analyse montre que l'encastrement social agit comme un mécanisme multidimensionnel (structurel, normatif, cognitif et actionnel) qui façonne les opportunités entrepreneuriales, l'accès aux ressources et les décisions de création. [Contribution] L'article propose une synthèse comparative originale des six approches de l'entrepreneuriat au regard de l'encastrement social et ouvre des pistes de recherche empiriques ainsi que des recommandations pour les politiques d'accompagnement entrepreneurial.

Mots-clés : encastrement social ; capital social ; réseaux entrepreneuriaux ; liens faibles ; trous structuraux ; intention entrepreneuriale.

Classification JEL : L26 ; Z13

Type de papier : Revue de littérature théorique

Abstract:

Entrepreneurship is often perceived as an individual and autonomous activity, but it is deeply rooted in social, cultural and economic contexts. While the management literature acknowledges the importance of the entrepreneur's social environment, it remains fragmented across disciplinary silos without a synthesis articulating the mechanisms of social embeddedness to the phases of the entrepreneurial process. This article aims to analyse the main theoretical foundations of the entrepreneur's social embeddedness and to identify approaches that explain the influence of the social network on entrepreneurial intention and the act of creation. This is a theoretical and narrative literature review drawing on foundational works and recent contributions (post-2010) on social networks, social capital and embeddedness theory. The analysis shows that social embeddedness acts as a multidimensional mechanism (structural, normative, cognitive and actional) that shapes entrepreneurial opportunities, resource access and decisions. The article proposes an original comparative synthesis of six entrepreneurial approaches through the lens of social embeddedness, opening empirical research avenues and recommendations for entrepreneurial support policies.

Keywords: social embeddedness; social capital; entrepreneurial networks; weak ties; structural holes; entrepreneurial intention.

JEL Classification: L26; Z13

Paper Type: Theoretical Literature Review

Introduction

Dans le domaine de l'entrepreneuriat, les travaux fondateurs ont longtemps traité le créateur d'entreprise comme un acteur rationnel, guidé par la maximisation du profit et déconnecté de son environnement social (Cooney & Bygrave, 1997). Or, cette vision « homo-economicus » a été progressivement contestée par la sociologie économique, qui défend la thèse selon laquelle les phénomènes économiques (y compris l'acte d'entreprendre) sont profondément encastres dans des structures de relations sociales (Granovetter, 1985). Depuis lors, de nombreux travaux ont mis en évidence le rôle des réseaux sociaux dans l'accès aux ressources, la légitimité et la formation des opportunités entrepreneuriales (Aldrich & Zimmer, 1986 ; Anderson & Jack, 2002 ; Stam, Arzlanian & Elfring, 2014).

Cependant, malgré l'accumulation de contributions disciplinaires (approches rationnelle, comportementale, structurale, normative, cognitive et actionnelle) la littérature reste éclatée, sans synthèse liant de façon explicite les mécanismes d'encastrement social aux différentes étapes du processus entrepreneurial (intention, décision, création). En outre, les travaux récents (Hoang & Antoncic, 2003 ; Slotte-Kock & Coviello, 2010 ; Stam et al., 2014) ont élargi ce domaine, mais ils n'ont pas été systématiquement intégrés dans les revues théoriques existantes, ce qui a créé un écart analytique que cet article entend combler.

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre question de recherche : Quels sont, selon les différentes approches théoriques de l'entrepreneuriat, les mécanismes par lesquels l'encastrement social de l'entrepreneur impacte son intention entrepreneuriale et sur l'acte de création ? Cette formulation permet de passer au-delà de la question binaire initiale – « L'encastrement social influe-t-il sur l'acte d'entreprendre ? » –, dont la réponse est connue depuis Granovetter (1985), pour s'intéresser aux mécanismes et aux conditions de cette influence.

Pour répondre à cette question, l'article mobilise une revue de littérature théorique structurée autour de six approches complémentaires. La première section analyse l'approche rationnelle de l'entrepreneuriat. La deuxième examine l'approche comportementale. La troisième porte sur l'approche structurale et la théorie du capital social. La quatrième et les cinquièmes sections traitent respectivement de la théorie des liens forts/faibles et des trous structuraux. La sixième section développe les approches normative et cognitive. La septième présente l'approche de l'action de Schmitt. Enfin, une discussion synthétique et une conclusion prospective clôturent l'article.

1. L'approche rationnelle de l'entrepreneuriat

L'approche rationnelle de l'entrepreneuriat (également désignée approche fonctionnelle) repose sur la prise de décisions informées par une analyse objective des données disponibles. Les entrepreneurs y sont présentés comme des acteurs rationnels qui évaluent les opportunités et les risques, élaborent des plans stratégiques basés sur des preuves tangibles, et utilisent des modèles de référence pour structurer leur réflexion.

Cette approche constitue les premiers travaux en entrepreneuriat, car elle émerge de la théorie économique classique. Elle a pris naissance à travers les travaux de Say (1803), qui associe l'entrepreneur à l'agent de coordination des facteurs de production, et de Schumpeter (1934), pour qui l'entrepreneur innovateur est l'élément central du développement économique par la « destruction créatrice ».

Cooney & Bygrave (1997) ont synthétisé cette vision en soulignant que la plupart des études fondatrices ont traité l'entrepreneur comme un individu isolé — un « héros solitaire » — dont la réussite dépend de ses seules capacités individuelles. Cette représentation ignore les dimensions relationnelles et sociales de l'acte d'entreprendre.

Limite épistémologique : L'approche rationnelle repose sur un postulat de rationalité parfaite et d'individualisme méthodologique qui a été intensément critiqué par la sociologie économique. Granovetter (1985) qualifie cette vision d'« undersocialized view », car elle traite les acteurs économiques comme s'ils agissaient en dehors de tout contexte social, négligeant du rôle déterminant des réseaux de relations dans les comportements économiques. C'est précisément cette observation qui a conduit à l'approche structurelle et à la théorie de l'encastrement.

2. L'approche comportementale (Behaviorisme entrepreneurial)

L'approche comportementale s'intéresse aux faits observables de l'entrepreneur et à ses interactions avec son environnement. Il importe ici de distinguer clairement deux cadres souvent confondus : le comportementisme psychologique — courant fondé par Watson et Skinner, centré sur le conditionnement et les comportements observables — et l'approche comportementale de l'entrepreneuriat développée notamment par Gartner (1988) et qui porte sur le fait que fait l'entrepreneur (le « faire entrepreneur ») et non sur ce qu'il est. Ces deux cadres ne sont pas équivalents et les confondre serait une inexactitude théorique. Max Weber (1930), premier auteur à s'intéresser au comportement entrepreneurial dans son lien avec les valeurs sociales et culturelles, a montré dans *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* que l'ethos culturel — notamment la rationalité ascétique protestante — constitue un déterminant majeur du comportement entrepreneurial. Cette contribution établit un lien explicite entre valeurs sociales, normes culturelles et action économique.

McClelland (1961), dans *The Achieving Society*, a introduit la notion de besoin d'accomplissement — besoin d'excellence et de compétition par rapport à un standard interne — comme trait psychologique central de l'entrepreneur. McClelland soutient que les sociétés caractérisées par un fort besoin d'accomplissement (n-Ach) connaissent un plus grand dynamisme entrepreneurial, établissant ainsi une relation entre la psychologie individuelle et le contexte socio-culturel.

Schmitt (2015, p. xx) précise que « l'entrepreneur se forme progressivement, influencé d'abord affectivement par sa famille et ses amis, ensuite symboliquement par le milieu du travail et ses modèles entrepreneuriaux, et enfin sociologiquement par son implication graduelle dans un milieu ». Cette citation illustre la dimension sociale croissante de l'approche comportementale. Limite et articulation avec l'encastrement : L'approche comportementale a déplacé le focus de l'être entrepreneur vers le faire entrepreneur, mais elle demeure insuffisante pour rendre compte de la manière dont les structures des réseaux sociaux — et pas uniquement l'environnement culturel général — influencent les comportements. C'est l'approche structurelle qui est capable de répondre à cette question.

3. L'approche structurelle de l'entrepreneuriat et le capital social

3.1. La théorie de l'encastrement (Granovetter, 1985)

La remise en cause des fondements de la théorie néoclassique a conduit à l'émergence de la nouvelle sociologie économique. Pour comprendre la contribution de Granovetter (1985), il est indispensable de préciser le **positionnement épistémologique précis** de sa théorie de l'encastrement :

Granovetter (1985) prend distance non seulement par rapport à Polanyi, mais aussi contre deux visions opposées : (1) la vision « undersocialized », propre à l'économie néoclassique et à l'homo-economicus, qui traite les acteurs comme des individus atomisés, indépendants de tout lien social ; et (2) la vision « oversocialized », associée à Parsons et, dans une certaine mesure, à Polanyi, qui réduit les acteurs à de simples exécutants des normes sociales. Granovetter adopte une position intermédiaire : les acteurs économiques sont encastres dans des structures

concrètes de relations sociales interpersonnelles, qui orientent leurs comportements économiques sans les déterminer mécaniquement. Cette nuance fondamentale manque dans bien des présentations superficielles de la théorie.

Granovetter (1985) a ainsi montré que les phénomènes économiques, quelles que soient leurs époques, sont encastres dans des structures de réseaux sociaux où la confiance et la réciprocité jouent un rôle économique majeur (Laville, 2008). Appliquée à l'entrepreneuriat, cette perspective invite à analyser comment les relations personnelles et professionnelles de l'entrepreneur conditionnent son accès aux ressources, sa légitimité et la formation de ses opportunités.

3.2. Le capital social : Bourdieu, Coleman et Putnam

Le concept de capital social constitue l'opérationnalisation principale de la théorie de l'encastrement. Il est important de distinguer les trois contributions fondatrices, qui répondent à des logiques différentes :

Selon Bourdieu (1980), le capital social désigne l'ensemble des ressources associées à la détention d'un réseau durable de relations de connaissance et de reconnaissance mutuelle. Son approche est individuelle et stratégique : le capital social est une ressource que l'individu mobilise pour préserver ou améliorer sa position sociale.

Coleman (1988) prend un point de vue collectif et fonctionnaliste : le capital social est une ressource qui fait partie des structures sociales (normes, obligations, canaux d'information) et qui facilite l'action collective. Il oppose le bonding social capital (liens internes au groupe, fermés, source de solidarité) au bridging social capital (liens entre groupes, source de diversité informationnelle).

Putnam (1993) généralise le concept au plan macrosocial et territorial : le capital social est une caractéristique de communautés tout entières (normes de réciprocité, réseaux civiques), qui détermine leur capacité de développement économique.

Ces trois perspectives sont complémentaires dans l'analyse de l'encastrement entrepreneurial : Bourdieu explique l'accumulation stratégique de ressources relationnelles par l'entrepreneur ; Coleman éclaire les mécanismes collectifs d'accès à l'information ; Putnam situe l'entrepreneur dans un contexte territorial de confiance et de normes partagées.

Contributions récentes : Une méta-analyse menée par Stam, Arzlanian & Elfring (2014) portant sur 61 études montre que le capital social — mesuré par la taille du réseau, la densité et la force des liens — prédit positivement la performance entrepreneuriale. Hoang & Antoncic (2003) ont proposé un cadre de revue systématique des recherches sur les réseaux entrepreneuriaux, en distinguant le contenu (ressources circulant dans les réseaux), la gouvernance (mécanismes de coordination) et la structure (topologie des réseaux). Slotte-Kock & Coviello (2010) ont montré comment les réseaux évoluent dynamiquement au cours des phases du processus entrepreneurial.

4. La théorie des liens forts et des liens faibles (Granovetter, 1973)

Dans son article fondateur, Granovetter (1973) démontre que la **force d'un lien** est déterminée par une combinaison de quatre éléments : la quantité de temps passé ensemble, l'intensité émotionnelle, l'intimité et les services réciproques. Cette définition distingue :

Les **liens forts** (strong ties) : relations étroites, fréquentes et émotionnellement intenses ; famille proche, amis intimes, associés de longue date. Ces liens assurent solidarité et soutien mais circulent principalement dans des cercles homogènes, limitant l'accès à des informations nouvelles (redondance de l'information).

Les **liens faibles** (weak ties) : relations moins fréquentes et moins intenses ; connaissances professionnelles, anciens collègues, contacts périphériques. Leur principal avantage est d'être

des ponts (bridges) entre sous-groupes distincts, permettant la circulation d'informations nouvelles, diversifiées et non redondantes.

La contribution centrale de Granovetter tient à ce paradoxe : c'est précisément la faiblesse des liens qui leur confère leur force informationnelle. L'entrepreneur qui multiplie ses liens faibles accède à un spectre plus large d'opportunités, de partenaires et de financeurs potentiels.

Débats et limites : Cette théorie a provoqué de grands débats. Krackhardt (1992) souligne le paradoxe des liens forts (philoseffect) : en contexte fortement incertain ou en situation de changement radical, les liens forts, basés sur la confiance profonde et la compréhension mutuelle, peuvent se révéler plus utiles que les liens faibles. Uzzi (1997) a montré, à travers son étude des districts industriels, que l'encastrement excessif dans des liens forts peut conduire à un enfermement relationnel (over-embeddedness) nuisible à l'adaptation et à l'innovation. Ces nuances sont importantes pour comprendre les conditions contingentes de l'efficacité des liens sociaux dans le processus entrepreneurial.

Articulation avec l'ancrage entrepreneurial : La théorie des liens forts/faibles permet de comprendre de façon concrète comment l'encastrement social influence les différentes phases du processus entrepreneurial : en phase d'intention, les liens forts apportent un soutien émotionnel et une légitimité sociale ; en phase de prospection et de financement, les liens faibles ouvrent l'accès à des opportunités et à des investisseurs en dehors du cercle immédiat (Shane & Cable, 2002 ; Granovetter, 1973).

5. La théorie des trous structuraux (Burt, 1992)

Ronald Burt (1992) propose une théorie complémentaire à celle de Granovetter. Un trou structural correspond à l'absence de relation directe entre deux contacts d'un même individu. L'idée fondamentale est que l'individu ou l'organisation qui occupe une position intermédiaire entre des groupes non connectés — comblant ainsi un trou structural — bénéficie d'avantages informationnels et de contrôle significatifs. Burt (1992, 2000) identifie trois avantages liés à la position de courtier (broker) : un accès plus rapide à l'information (timing advantage), une information de meilleure qualité et plus diversifiée (information benefit), ainsi qu'un avantage de contrôle permettant de tirer parti des asymétries d'information entre les groupes. Burt (2000) souligne également que, lorsqu'un réseau social est riche en trous structuraux, il permet à l'entrepreneur d'acquérir de l'information de manière efficace et d'exercer un contrôle stratégique sur sa diffusion. Contrairement à certaines attributions erronées dans la littérature, ces avantages sont explicitement développés par Burt (2004).

6. L'approche normative et la théorie du comportement planifié (Ajzen)

6.1. Fondements

L'approche normative se concentre sur les théories de la psychologie sociale pour expliquer l'intention entrepreneuriale. Elle s'appuie principalement sur la théorie du comportement planifié (TCP) d'Ajzen (1991), qui postule que l'intention d'effectuer un comportement est influencée par trois antécédents : (1) les attitudes à l'égard du comportement, (2) les normes subjectives, et (3) le contrôle comportemental perçu.

6.2. Articulation entre la TCP et l'encastrement social

À cet égard, la théorie du comportement planifié doit être examinée sous l'angle de son antécédent « normes subjectives ». Ce composant (souvent sous-théorisé dans les présentations généralistes) constitue précisément le point d'articulation direct entre la TCP et la dimension sociale de l'entrepreneuriat : les normes subjectives reflètent la pression sociale perçue par l'individu (famille, pairs, communauté) pour entreprendre ou non. Elles sont le vecteur par

lequel l'encastrement social influence l'intention entrepreneuriale (Ajzen, 1991 ; Kolvereid, 1996 ; Liñán & Chen, 2009).

En ce sens, un entrepreneur fortement encastré dans un milieu à fort capital social entrepreneurial (normes valorisant la création d'entreprise, présence de modèles, soutien familial) présentera des normes subjectives plus favorables à l'intention de créer. Inversement, un entrepreneur isolé ou encastré dans un milieu à faible culture entrepreneuriale sera freiné par des normes subjectives défavorables (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000 ; Bird, 1988).

7. L'approche cognitive

L'approche cognitive de l'entrepreneuriat s'intéresse aux processus mentaux et aux représentations cognitives qui guident les décisions entrepreneuriales. Si Verstraete (2001) a joué un rôle pionnier dans la structuration de cette approche, il convient d'élargir la perspective à un champ plus vaste.

Élargissement du champ cognitif : Selon Mitchell et al. (2002), les « entrepreneurial cognitions » désignent les structures de connaissance que les entrepreneurs mobilisent pour évaluer et décider. Baron (1998) a montré que certaines formes de biais cognitifs (l'optimisme, la pensée contrefactuelle, la reconnaissance de patterns) sont caractéristiques de la pensée entrepreneuriale. Hmieleski & Baron (2009) ont mis en évidence empiriquement que l'optimisme entrepreneurial modère la relation entre l'intention et la performance en fonction du contexte environnemental.

Verstraete (2001) distingue trois niveaux de cognition entrepreneuriale : (1) la **cognition stratégique**, qui précède l'action (réflexion sur la vision) ; (2) la **cognition réflexive**, qui accompagne l'action (apprentissage en situation) ; (3) la **cognition expérientielle**, qui se construit par l'accumulation des expériences vécues.

Dialectique cognition-encastrement : Une limite de l'approche cognitive isolée est qu'elle considère les représentations mentales comme des processus internes sans suffisamment s'interroger sur leur origine sociale. Or, les cognitions entrepreneuriales sont socialement construites : les croyances sur la désirabilité et la faisabilité de la création d'entreprise, les scripts entrepreneuriaux et les modèles de rôle sont transmis et validés par les réseaux sociaux dans lesquels l'individu est encastré (Shepherd & Krueger, 2002 ; Liñán & Chen, 2009). L'approche cognitive doit donc être analysée en relation dialectique avec l'encastrement social.

8. La nouvelle approche de l'action

Schmitt (2015) constate que la notion d'action entrepreneuriale est quasi absente du débat scientifique en entrepreneuriat. Il propose de la restituer au cœur des recherches actuelles en montrant que l'action entrepreneuriale ne peut être expliquée qu'à travers l'insertion relationnelle de l'entrepreneur dans son écosystème.

Pour les différents chercheurs, cette dimension nécessite de prendre en compte la façon dont l'entrepreneur interprète et réfléchit à ses actions actuelles et futures, ainsi que son intentionnalité, qui dépend de ses croyances et de ses expériences antérieures, sans oublier l'effet des différentes parties prenantes de son milieu.

Schmitt (2015) distingue deux catégories de parties prenantes : les parties prenantes primaires (propriétaires, clients, employés, banques, fournisseurs) qui ont un contrat formel avec l'entreprise, et les parties prenantes secondaires (consommateurs, médias, syndicats, gouvernement) dont l'influence est plus diffuse mais réelle. Ces acteurs exercent une pression sur les décisions entrepreneuriales, constituant ainsi une forme d'encastrement institutionnel et social.

Cette approche établit un pont entre l'approche cognitive (intentionnalité, réflexivité) et l'approche structurale (réseaux de relations, encastrément institutionnel), proposant ainsi une vision intégrée de l'action entrepreneuriale socialement située.

9. L'action entrepreneuriale dans un cadre social

9.1. La théorie de Cooper (1985) : déterminants de la création d'entreprise

Le modèle de Cooper (1985) combine trois ensembles de déterminants de la décision entrepreneuriale : les **antécédents de l'entrepreneur** (contexte familial, traditions entrepreneuriales, culture) ; l'**organisme incubateur** (organisation antérieure dans laquelle l'entrepreneur a évolué, déterminant la localisation et la nature des nouvelles entreprises) ; et les **facteurs environnementaux** (conditions de marché, disponibilité des ressources, infrastructures de soutien).

Contextualisation critique : Même si ce modèle précède 1990, il garde une pertinence théorique pour l'encastrement social dans la mesure où il identifie de façon explicite l'organisme incubateur et les antécédents familiaux comme des formes d'encastrement institutionnel et relationnel. Il ne propose toutefois aucun mécanisme explicatif précis quant à la nature des liens sociaux en jeu. Des travaux plus récents, tels que ceux d'Elfring & Hulsink (2003) ou Stam et al. (2014), ont précisé ces mécanismes en distinguant les fonctions des liens selon la phase du processus entrepreneurial.

9.2. Le modèle des trois pôles (Arocena, Giget & Viéville, 1983, cités in Filion, 1997)

Le modèle des trois pôles, attribué à Arocena, Giget & Viéville (1983) et repris par Filion (1997), identifie trois ensembles de facteurs constitutifs du potentiel entrepreneurial : le **pôle professionnel** (savoir-faire, compétences techniques, connaissance de l'entreprise) ; le **pôle relationnel** (réseau de relations sociales et professionnelles, depuis la famille jusqu'aux contacts institutionnels) ; et le **pôle personnel** (histoire personnelle, motivations, orientations et ressources psychologiques de l'individu).

L'intérêt de ce modèle réside dans la place centrale accordée au pôle relationnel, qui correspond directement à la notion d'encastrement social : sans réseau de relations, l'entrepreneur dispose de savoirs et de motivations mais manque des ressources sociales nécessaires à la concrétisation de son projet.

10. Discussion

L'analyse comparative des six approches de l'entrepreneuriat (rationnelle, comportementale, structurale, normative, cognitive et actionnelle) permet de dégager plusieurs conclusions analytiques qui dépassent la simple recension des travaux.

- **Convergences et dialectique des approches**

Toutes les approches, à l'exception de l'approche rationnelle, reconnaissent le rôle déterminant de l'environnement social de l'entrepreneur. Cependant, elles diffèrent dans la manière dont elles conceptualisent cet environnement : l'approche comportementale l'appréhende comme une culture ou un milieu ; l'approche structurale le formalise comme un réseau de relations aux propriétés mesurables (force des liens, densité, trous structuraux) ; l'approche normative en extrait les normes et les pressions sociales ; l'approche cognitive met en lumière la médiation des représentations mentales ; l'approche actionnelle insiste sur l'insertion relationnelle dynamique.

Ces approches ne s'excluent pas : elles forment un continuum analytique qui permet d'appréhender l'encastrement social à différentes échelles et dans différentes phases du processus entrepreneurial.

- **Correction et enrichissement du tableau récapitulatif**

Tableau 1 : Synthèse comparative des approches de l'encastrement entrepreneurial

Approche	Auteurs clés	Idee centrale	Rôle de l'encastrement	Limites principales
Rationnelle (fonctionnelle)	Schumpeter (1934), Say (1803), Cooney & Bygrave (1997)	L'entrepreneur est un acteur rationnel et solitaire, maximisateur de profit	Absent : vision atomisée et undersocialized	Ignore les dimensions sociales et relationnelles de l'acte d'entreprendre
Comportementale	Weber (1930), McClelland (1961), Schmitt (2015)	La réussite dépend du comportement observable et du contexte socio-culturel (n-Ach, milieu familial)	Présent comme contexte culturel et réseau personnel/familial	Ne formalise pas la structure des réseaux ; études datées à généralisation limitée
Structurale	Granovetter (1973, 1985), Burt (1992, 2000, 2004)	L'entrepreneur est socialement encasté dans des structures de réseaux qui conditionnent ses opportunités	Central : structure des liens, capital social, trous structuraux	Risque d'over-embeddedness (Uzzi, 1997) ; ne distingue pas assez les phases du processus
Normative	Ajzen (1991, 2002), Krueger et al. (2000), Bird (1988)	Les normes sociales et l'intention comportementale déterminent l'acte d'entreprendre	Via les normes subjectives : pression sociale de l'entourage sur l'intention	TCP peu contextualisée géographiquement et institutionnellement
Cognitive	Verstraete (2001), Mitchell et al. (2002), Baron (1998)	La réflexion et les représentations cognitives guident l'action entrepreneuriale	Les cognitions sont socialement construites par l'encastrement dans des réseaux de modèles et de savoirs	Dépendance excessive à Verstraete ; sous-théorisation du lien cognition-réseau
Actionnelle	Schmitt (2015)	L'action entrepreneuriale ne peut être expliquée sans l'insertion relationnelle de l'entrepreneur	Fondamental : l'action est socialement et cognitivement encastée	Approche récente, peu validée empiriquement sur grand corpus

Source : *Élaboration personnelle*

- **Implications managériales et politiques**

Ces résultats ont des implications pratiques pour les praticiens et les décideurs publics. Premièrement, les structures d'accompagnement entrepreneurial (incubateurs, accélérateurs, réseaux d'accompagnement) devraient explicitement intégrer une dimension de structuration des réseaux relationnels – et non seulement de formation technique – pour maximiser leur impact sur l'intention et la création d'entreprise. Ensuite, les politiques d'entrepreneuriat qui ciblent les régions où le capital social est faible doivent inclure des dispositifs pour générer de façon délibérée des trous structuraux et des liens entre communautés (rencontres de réseautage, mentorat entre secteurs). Troisièmement, dans des contextes comme le Maroc où les appartenances familiales et communautaires constituent un fort encastrement, les dispositifs de soutien doivent s'appuyer sur ces structures existantes et non les ignorer.

11. Conclusion

L'objectif de cet article était d'examiner quels mécanismes d'encastrement social influencent l'intention entrepreneuriale et l'acte de création, selon les différentes approches théoriques. La réponse est à la fois multiple et conditionnée : l'encastrement social agit simultanément via (1) les structures de réseaux et la position du courtier (approche structurale) ; (2) les normes sociales subjectives qui façonnent l'intention (approche normative) ; (3) les cognitions

socialement construites par les modèles de rôle et les représentations collectives (approche cognitive) ; et (4) les interactions relationnelles dynamiques au cours de l'action entrepreneuriale (approche actionnelle). La force et le caractère de ces mécanismes dépendent de la phase du processus entrepreneurial – intention, décision, création, croissance – et du contexte institutionnel.

Théoriquement, l'article structure davantage le champ en proposant une synthèse comparative originale qui articule six approches théoriques autour de l'encastrement social, et qui inclut les contributions récentes absentes des synthèses antérieures. D'un point de vue méthodologique, la construction d'un tableau récapitulatif enrichi (idée centrale, rôle de l'encastrement, limites) fournit un cadre de référence qui peut être mobilisé pour des recherches empiriques futures. En termes de management, l'article propose des recommandations précises pour les politiques d'accompagnement entrepreneurial dans des environnements caractérisés par un capital social varié.

Cette étude comporte plusieurs limites. En tant que revue de littérature théorique, elle ne cherche pas à valider empiriquement les mécanismes qu'elle identifie. En termes de période, même si des travaux récents ont été intégrés, le corpus ne rend pas compte de façon exhaustive de la production postérieure à 2018. La revue s'appuie principalement sur des articles francophones et anglophones et ne couvre pas systématiquement la littérature arabophone sur l'entrepreneuriat africain. Enfin, l'absence de cadre conceptuel intégrateur formalisé (modèle graphique) limite l'opérationnalisation empirique.

Ces limites ouvrent plusieurs possibilités de recherches futures : (1) des études quantitatives empiriques testant l'effet comparatif des trous structuraux, du capital social bonding/bridging et des normes subjectives sur l'intention entrepreneuriale dans le contexte marocain ; (2) une analyse longitudinale des réseaux sociaux au cours des phases du processus entrepreneurial (Slotte-Kock & Coviello, 2010) ; (3) une analyse du rôle du numérique et des réseaux sociaux en ligne dans la reconfiguration de l'encastrement entrepreneurial (Nambisan, 2017) ; (4) une étude comparative de l'encastrement selon le genre, l'âge et l'appartenance culturelle dans des économies émergentes.

Références

- (1). Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- (2). Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.
- (3). Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude–behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918.
- (4). Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 3–23). Ballinger.
- (5). Anderson, A. R., & Jack, S. L. (2002). The articulation of social capital in entrepreneurial networks: A glue or a lubricant? *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(3), 193–210.
- (6). Arocena, J., Giget, M., & Viéville, J. (1983). Cité in Fillion, L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue Internationale PME*, 10(2), 129–172.
- (7). Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275–294.

- (8). Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- (9). Bourdieu, P. (1980). Le capital social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 31, 2–3.
- (10). Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Harvard University Press.
- (11). Burt, R. S. (2000). The network structure of social capital. *Research in Organizational Behavior*, 22, 345–423.
- (12). Burt, R. S. (2004). Structural holes and good ideas. *American Journal of Sociology*, 110(2), 349–399.
- (13). Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2000). *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. South-Western College Publishing.
- (14). Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, S95–S120.
- (15). Cooney, T. M., & Bygrave, W. D. (1997). The evolution of structure and strategy in rapidly growing firms. *Journal of Business Venturing*, 12(6), 441–458.
- (16). Cooper, A. C. (1985). The role of incubator organizations in the founding of growth-oriented firms. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 75–86.
- (17). Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331.
- (18). Elfring, T., & Hulsink, W. (2003). Networks in entrepreneurship: The case of high-technology firms. *Small Business Economics*, 21(4), 409–422.
- (19). Fillion, L. J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances. *Revue Internationale PME*, 10(2), 129–172.
- (20). Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior*. Addison-Wesley.
- (21). Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
- (22). Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- (23). Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- (24). Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2009). Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 52(3), 473–488.
- (25). Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165–187.
- (26). Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47–57.
- (27). Krackhardt, D. (1992). The strength of strong ties: The importance of philos in organizations. In N. Nohria & R. Eccles (Eds.), *Networks and Organizations: Structure, Form and Action* (pp. 216–239). Harvard Business School Press.
- (28). Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- (29). Laville, J.-L. (2008). *Sociologie des Services*. Éditions La Découverte.
- (30). Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- (31). McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand.

- (32). Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93–104.
- (33). Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- (34). Polanyi, K. (1944). *The Great Transformation*. Beacon Press.
- (35). Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- (36). Say, J.-B. (1803). *Traité d'économie politique*. Deterville.
- (37). Schmitt, C. (2015). *L'agir entrepreneurial : Repenser l'action des entrepreneurs*. Presses de l'Université du Québec.
- (38). Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- (39). Shane, S., & Cable, D. (2002). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science*, 48(3), 364–381.
- (40). Shepherd, D. A., & Krueger, N. F. (2002). An intentions-based model of entrepreneurial teams' social cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 167–185.
- (41). Slotte-Kock, S., & Coviello, N. (2010). Entrepreneurship research on network processes: A review and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 31–57.
- (42). Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152–173.
- (43). Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35–67.
- (44). Verstraete, T. (2001). Les dimensions cognitive, praxéologique et structurale de l'organisation entrepreneuriale. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 1(1), 77–103.
- (45). Weber, M. (1930). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Allen & Unwin.
- (46). Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research and policy. *World Bank Research Observer*, 15(2), 225–249.