

## LES DÉTERMINANTS DE LA SURVIE ET DE LA CROISSANCE DES START-UP TIC

Frank Lasch, Frédéric Le Roy et Saïd Yami

Lavoisier | « [Revue française de gestion](#) »

2005/2 n° 155 | pages 37 à 56

ISSN 0338-4551

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2005-2-page-37.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour Lavoisier.

© Lavoisier. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.



# Les **déterminants** de la survie et de la croissance des start-up **TIC**

**Cette recherche est centrée sur l'étude des déterminants de la survie et de la croissance des start-up TIC. En nous appuyant sur les recherches antérieures, nous faisons l'hypothèse que trois facteurs ont une influence sur la survie et la croissance de ces entreprises: le capital humain du créateur, la préparation à la création et les caractéristiques structurelles de l'entreprise au démarrage. Nous testons cette hypothèse sur un échantillon de 498 firmes. Les résultats obtenus montrent que le capital humain et l'expérience de l'entrepreneur ont un impact relativement faible sur le succès des start-up TIC. De même, l'intensité de la préparation n'est pas globalement un facteur-clé du succès. En revanche, des caractéristiques organisationnelles (montant du capital investi ou structure de la clientèle) sont fortement liées au succès de celles-ci.**

**L**e secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) prend une importance croissante dans les économies contemporaines. De nombreux acteurs, qu'ils soient publics, comme les régions ou les collectivités locales, ou privés, comme les sociétés de capital risque ou les créateurs d'entreprises, fondent de grands espoirs sur le développement des start-up TIC. Or, le taux de survie à cinq ans de ces entreprises n'est que de 38,7 %, alors qu'il est de 46,3 % dans les secteurs peu innovateurs et de 51 % dans les secteurs à technologie moyennement élevée (Lasch, 2003).

Paradoxalement, il existe peu de recherches sur les causes du succès de la création d'entreprises qui soient centrées spécifiquement sur le secteur TIC. La plupart des travaux portent sur la création d'entreprises en général. Cette étude se propose donc d'apporter des éléments de réponse aux deux questions suivantes. Pour quelles raisons certaines start-up TIC survivent-elles et d'autres non ? Pour quelles raisons certaines start-up TIC sont-elles en croissance et d'autres non ?

La revue des recherches antérieures sur les facteurs de succès de la création d'entreprises conduit à faire l'hypothèse que trois variables ont une influence sur la survie et la croissance des start-up TIC : le capital humain

du créateur, la préparation à la création et les caractéristiques structurelles de l'entreprise au démarrage. Cette hypothèse est testée sur un échantillon de 498 firmes. Les résultats montrent que le capital humain et l'intensité de la préparation ont un impact relativement faible sur le succès. En revanche, des caractéristiques organisationnelles, comme le montant du capital investi ou la structure de la clientèle, apparaissent comme fortement liées au succès des start-up TIC.

## I. – FONDEMENTS THÉORIQUES

### 1. Les déterminants de la survie et de la croissance des start-up

La plupart des recherches classent les facteurs de succès des entreprises nouvelles en trois catégories : l'entrepreneur, l'entreprise et l'environnement économique. Ces catégories permettent effectivement de distinguer de façon significative les entreprises qui réussissent de celles qui échouent. Toutefois, expliquer les différences de performance reste une tâche difficile, essentiellement parce que ces trois catégories sont reliées entre elles : le succès d'une entreprise est le résultat de combinaisons variées de facteurs individuels, organisationnels et environnementaux. De ce fait, de nombreuses variables sont utilisées pour produire des modèles prédictifs de la survie, de la croissance et de la performance, mais les résultats de ces recherches demeurent hétérogènes et contradictoires.

Ainsi, certains auteurs comparent et tentent d'évaluer l'impact relatif de chacun de ces trois facteurs. Ils montrent que les attitudes et les caractéristiques individuelles ont un effet sur le succès deux fois plus important

que celui des caractéristiques des firmes, l'environnement géographique étant supposé avoir un effet mineur (Solmosy, 2000). Mais d'autres auteurs montrent l'importance du contexte local : les conditions et les opportunités régionales pour les activités entrepreneuriales, la compétence, la concurrence et les relations interactives sont considérés comme les principaux facteurs pour la création et le développement de nouvelles firmes (Littunen *et al.*, 1998). Pour ces auteurs, des conditions régionales différentes ne se reflètent pas seulement dans des différences de niveaux d'activités des start-up, mais également dans des différences en termes de caractéristiques structurelles des nouvelles entreprises. L'environnement a donc potentiellement un impact important sur le succès (Tödtling et Wanzenböck, 2003). Toutefois, dans cette recherche, nous ne retiendrons que les facteurs individuels et organisationnels pour expliquer le succès des firmes.

### 2. L'impact du profil de l'entrepreneur sur la survie et la croissance

De nombreuses variables sont utilisées pour expliquer l'impact des caractéristiques et du profil de l'entrepreneur sur la survie et la croissance de leur entreprise. Ces facteurs peuvent être classés en trois groupes : la motivation du créateur (son « orientation entrepreneuriale »), son capital humain général et son expérience professionnelle. Le succès des nouvelles entreprises est lié principalement, dans de nombreuses recherches, à la personnalité même de l'entrepreneur (Bellu, 1993 ; Chell *et al.*, 1991 ; McClelland, 1961). La relation entre la motivation et le succès des nouvelles entreprises a ainsi été largement démontrée dans la littérature : ceux qui connaissent le suc-

cès sont ceux qui y croient le plus intensément et le plus longtemps (Wiklund, 1999; Wiklund et Shepherd, 2001; Delmar et Wiklund, 2003).

Dans cette recherche, nous ne tentons pas d'établir de liens entre l'orientation entrepreneuriale (OE) et le succès de l'entreprise nouvelle. Nous supposons que créer une entreprise fondée sur la connaissance et l'innovation requiert non seulement un haut niveau de qualification et des compétences techniques particulières, mais aussi une motivation et une intention fortes (Nerlinger, 1998; Seeger, 1997). Ainsi les entrepreneurs dans le secteur TIC sont supposés être particulièrement motivés et remplir les critères-clés de l'OE : une propension à agir de manière autonome, une volonté d'innover et de prendre des risques, une tendance à être agressif vis-à-vis des concurrents et proactif vis-à-vis des opportunités du marché (Lumpkin et Dess, 1996).

Le capital humain général est un des facteurs parmi les plus utilisés dans les recherches antérieures. Il s'exprime à travers l'âge, le niveau d'éducation, le chômage, le sexe et l'appartenance ethnique. L'âge est fortement lié au niveau d'éducation. En effet, les entrepreneurs dans le domaine de l'innovation et de la technologie sont en moyenne plus vieux de deux à cinq ans que ceux des secteurs non innovants. Ils créent à un âge compris entre 36 et 39 ans (Lasch, 2003; Pleschak et Ragnow, 1995; Seeger, 1997). Cet âge plus élevé s'explique par le temps passé dans les études supérieures.

La relation entre l'âge du créateur et le succès de son entreprise n'a pas été clairement établie dans les recherches antérieures. Certains travaux montrent qu'il y a une relation positive entre l'âge et le succès (Wicker et

King, 1989). Cette relation s'expliquerait par le fait que des entrepreneurs plus âgés ont développé des réseaux plus solides, sont plus expérimentés et peuvent lever plus facilement des fonds et des capitaux. D'autres travaux montrent une relation négative entre l'âge et le succès (Pleschak, 1997). Les jeunes entrepreneurs sont alors considérés comme étant plus ambitieux et motivés. Enfin, plusieurs recherches n'établissent pas de relation significative entre l'âge et le succès (Brüderl *et al.*, 1996).

Les recherches antérieures montrent également que les impacts du sexe et de l'appartenance ethnique du créateur concernent plus la performance en termes de croissance qu'en termes de survie des nouvelles entreprises. Les entreprises créées par des femmes et des minorités ethniques n'échouent pas plus que d'autres. En revanche, ces entreprises sont moins fréquemment fortement performantes, notamment en termes de croissance (Brüderl *et al.*, 1996; Cliff *et al.*, 2004; Dahlqvist *et al.*, 2000). Des résultats similaires sont observés pour des entrepreneurs qui ont démarré leurs activités à partir d'une situation de chômage.

Plusieurs recherches donnent une importance considérable à l'expérience de l'entrepreneur pour expliquer la réussite de son entreprise. Une expérience professionnelle significative contribue ainsi au succès (Wiklund et Shepherd, 2001), particulièrement quand il y a une similarité entre la nouvelle entreprise et l'organisation dans laquelle l'entrepreneur a travaillé préalablement (Brüderl *et al.*, 1996; Cooper *et al.*, 1994).

En revanche, la taille des entreprises dans lesquelles l'entrepreneur a préalablement exercé a été rarement envisagée comme une

variable explicative du succès des nouvelles entreprises, alors qu'elle est sans doute essentielle au processus d'apprentissage des capacités managériales. Certains auteurs soulignent ainsi que les employés des PME ont plus d'opportunités d'acquérir des connaissances entrepreneuriales et managériales que ceux des grandes entreprises, caractérisées, par nature, par une forte division du travail (Greenan, 1994). Les salariés dans les PME accomplissent plus souvent des tâches managériales, sont plus impliqués dans différentes activités et la sécurité de leur emploi dépend directement du succès de leur entreprise (Schmude, 1994a). Ils peuvent développer une attitude plus entrepreneuriale. Réciproquement, des recherches montrent que les firmes fondées par des entrepreneurs ayant travaillé précédemment dans des grandes entreprises échouent plus souvent (Pleschak, 1997).

L'importance de la connaissance spécifique de l'industrie est généralement admise dans la littérature comme facteur de succès de la création d'entreprises, mais les résultats sont plus contradictoires pour d'autres expériences spécifiques. Ainsi, l'expérience managériale est essentielle pour certains auteurs (Cooper *et al.*, 1994; Pleschak, 1997), mais pas pour d'autres (Brüderl *et al.*, 1996).

Une expérience de création semble aussi ne pas être une condition préalable pour réussir. Au contraire, certains auteurs établissent une corrélation négative pour ce facteur. Dans une interprétation optimiste de ce résultat, les créateurs expérimentés profitent de leurs connaissances entrepreneuriales pour réaliser plus rapidement l'échéco futur de leur entreprise. Ils hésitent donc moins à fermer leur entreprise que les entre-

preneurs moins expérimentés. Dans une interprétation plus pessimiste, il est possible de considérer qu'un grand nombre d'entrepreneurs, qui n'ont pas les qualités requises pour mener un projet entrepreneurial au succès, créent et recréent des entreprises malgré leurs échecs répétés.

Finalement, les réseaux sociaux et personnels (famille) peuvent faciliter l'accès à différents types de savoirs ou de connaissances (tacite, spécifique, entrepreneuriale) et, ainsi, contribuer au succès des nouvelles entreprises, particulièrement lorsque leurs activités sont fondées sur des opportunités de réseaux (Aldrich et Zimmer, 1986; Aldrich et Cliff, 2003; Brüderl *et al.*, 1996; Hansen, 1995).

En fonction de l'ensemble de ces recherches antérieures, nous proposons de poser l'hypothèse suivante.

**Hypothèse 1.** *La survie et la croissance des firmes TIC sont positivement corrélées à la richesse du capital humain général et à l'expérience professionnelle de l'entrepreneur.*

### 3. L'effet de la préparation de la création sur la survie et la croissance

La préparation de la création est supposée augmenter les chances de succès, mais, comme pour les variables discutées précédemment, les recherches antérieures présentent des résultats ambigus. Les indicateurs pour une bonne préparation de projet sont nombreux : l'entraînement à la création, l'existence d'un plan d'affaires, l'étude de faisabilité technique et financière du projet, le nombre de contacts pertinents, une première liste de clients potentiels, etc. Si Castrogiovanni (1996) insiste sur l'importance d'une bonne préparation du projet de création et si Brüderl *et al.* (1996),

Schutjens et Wever (2000) ou Hansen (1995) donnent des preuves empiriques de l'intérêt d'une bonne préparation, Dahlqvist *et al.* (2000) ne confirment pas cette relation. Toutefois, il est possible de supposer que la création d'une entreprise fondée sur l'innovation et la connaissance demande une activité de préparation plus étendue et de meilleure qualité que celle qui est nécessaire pour les entreprises non innovantes.

**Hypothèse 2.** *La survie et la croissance des entreprises TIC sont positivement corrélées à l'étendue et à la qualité des activités de préparation.*

#### 4. L'impact des caractéristiques organisationnelles sur la survie et la croissance

Les caractéristiques organisationnelles des entreprises nouvelles sont une autre explication de leur réussite ou de leur échec. La plupart des travaux de recherche s'accordent pour considérer que la taille de l'entreprise nouvellement créée et ses ressources financières sont des déterminants majeurs de sa réussite. Le montant du capital dans la période de création et un financement suffisant dans les trois premières années sont, d'une certaine façon, une garantie pour la continuité du développement de la jeune entreprise et une protection contre les événements imprévus.

Il y a de nombreuses mesures du capital dans la littérature: le montant du capital lors de la création (Brüderl *et al.*, 1996; Cooper *et al.*, 1994; Dahlqvist *et al.*, 2000; Wiklund, 1999), la disponibilité de capital risque (Dahlqvist *et al.*, 2000), les subventions et les aides publiques (Brüderl *et al.*, 1996; Dahlqvist *et al.*, 2000). La disponibilité d'un capital financier suffisant permet

de créer une entreprise d'une certaine taille en termes d'effectif salarié dès le début. Ainsi, le nombre de salariés au départ détermine, dans une certaine mesure, la performance de la firme et augmente ses chances de succès.

De nombreux auteurs soulignent le fait que les chances de succès augmentent quand le créateur est assisté dans son processus de prise de décision par un associé ou par une équipe entrepreneuriale fondatrice (Brüderl *et al.*, 1996; Pleschak, 1997; Ruef *et al.*, 2003; Schutjens et Wever, 2000; Teal et Hofer, 2003). Cependant, l'avantage concurrentiel théorique d'une équipe entrepreneuriale fondatrice (complémentarités, base de connaissances plus large, division des tâches efficaces) n'est pas totalement admis par certains auteurs, qui évoquent les risques qui peuvent conduire à l'échec, comme les conflits entre associés (Nerlinger, 1998; Seeger, 1997). Toutefois, les complémentarités devraient prévaloir et produire des effets positifs pour les firmes fondées sur l'innovation et la connaissance. Commencer avec des clients existants ou un fichier de clients devrait réduire les risques d'échec, particulièrement pour les entreprises TIC, qui doivent supporter des coûts additionnels dus à la forte intensité en R&D, ainsi qu'au temps important de développement des idées sur des marchés innovants ou des produits high-tech (Kulicke, 1990). Quelques auteurs (Koschatzky, 1997; Seeger, 1997) soulignent également l'importance du nombre de clients (degré de dépendance) et de la nature des clients (clients privés, institutions publiques, autres firmes).

Le succès des nouvelles entreprises dépendrait aussi de l'étendue du marché (locale,

nationale, internationale). Pour certains auteurs, les entreprises fortement spécialisées ont intérêt à diversifier régionalement leurs marchés (Bathelt, 1992). Cette nécessité est d'autant plus forte pour les entreprises innovatrices, qui, dès leur démarrage, sont en compétition sur des marchés nationaux et qui peuvent, ainsi, augmenter leurs chances de succès (Koschatzky, 1997). D'autres auteurs insistent sur les risques de disparition pour les entreprises qui poursuivent dès le début des stratégies d'internationalisation (Sapienza *et al.*, 2003). Le choix de localisation est principalement motivé par des raisons propres à l'entrepreneur, telles que la proximité par rapport au lieu de résidence (Schmude, 1994b). Les entreprises innovatrices ont des besoins spécifiques en ce qui concerne leur localisation, mais aussi une interaction particulière avec l'économie locale. Ainsi, le choix de localisation devrait aussi influencer le succès. Dans la littérature, de nombreux auteurs soulignent l'importance de ces externalités fondées sur l'innovation et la technologie (effets de localisation et d'agglomération), ainsi que le rôle du contexte régional comme source de connaissances et d'expertises particulières, qui favorise ou inhibe les start-up fondées sur la technologie (Audretsch, 1998; Lasch *et al.*, 2004). Plusieurs recherches montrent que les effets de « spill-over » sont beaucoup plus importants que les effets d'agglomération pour les entreprises créées dans les secteurs fondés sur l'innovation (Capello, 2002; Lasch *et al.*, 2004). Par conséquent, nous pouvons supposer que l'accès au marché et aux ressources (effets d'agglomération), le « spill-over » (effets de localisation) et d'autres

facteurs de réduction de coûts devraient être bien déterminants dans le choix de localisation d'un entrepreneur dans le secteur TIC et, donc, sur les chances de succès de son entreprise.

**Hypothèse 3.** *La survie et la croissance des entreprises TIC sont liées à leurs caractéristiques organisationnelles*

Cette troisième hypothèse complète le modèle de recherche (cf. figure 1).

## II. – MÉTHODE

### 1. Base de données

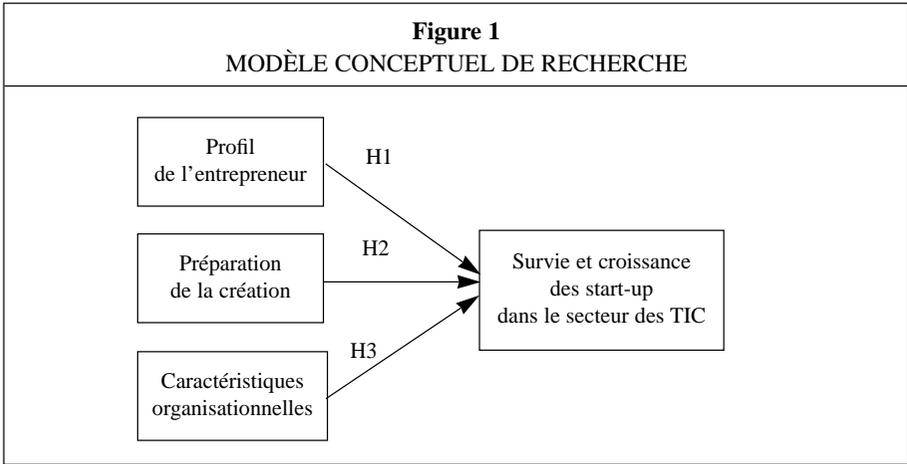
Cette recherche utilise une base de données qui rassemble des informations sur les entreprises et leur démarrage, de leur création jusqu'à trois et cinq ans après cette création. Il s'agit d'une base de données officielle constituée par l'INSEE, qui observe des populations de nouvelles entreprises depuis 1994 (« enquête SINE »), dans laquelle une entreprise sur cinq est suivie durant cinq années (trois questionnaires en moyenne). Pour cette étude, la première vague a été utilisée: le premier questionnaire a été administré en 1994 et le second en 1997. Les questionnaires de 24 191 entreprises, de tous secteurs, étaient disponibles et nous avons centré notre étude sur les 498 entreprises du secteur TIC.

### 2. Définition du secteur TIC

La définition du secteur TIC est fondée sur la NAF 700<sup>1</sup>. Trouver une délimitation commune de ce secteur reste un problème très important, qui est aggravé par la validité et la longévité limitée des définitions, du fait du progrès rapide des technologies et du raccourcissement des cycles de produc-

1. Classification SIC à quatre chiffres.

**Figure 1**  
**MODÈLE CONCEPTUEL DE RECHERCHE**



tion. Toutefois, il existe quelques délimitations standards utilisées comme référence en recherche, par exemple la classification de l'OCDE (Mefi/Sessi, 1999).

La définition que nous utilisons est similaire à celle qui est majoritairement utilisée dans les publications les plus récentes en France (Lasch, 2003 ; Lasch *et al.*, 2004). Elle exclut le secteur national des télécommunications (France Télécom), les industries aéronautiques et spatiales, ainsi que les industries pharmaceutiques. Les entreprises qui exercent des activités dans ces secteurs, qui sont fondamentalement de contenu TIC, ne sont pas prises en compte, essentiellement parce que les classifications françaises ne permettent pas de distinction claire entre ces activités TIC et leurs autres activités.

Conformément à notre définition, le secteur TIC est composé de trois branches principales (cf. figure 1) : *les industries high tech* (première catégorie de la définition de l'OCDE), *les services TIC* (services informatique/logiciels et télécommunications, à l'exception de France Télécom ; R&D non uni-

versitaire), et les *autres services à forte intensité de connaissances* (études techniques, analyses, tests et inspections). Cette délimitation couvre 20 sous-secteurs de la NAF 700 avec 87200 entreprises et plus de 710000 employés en France en 2002 (Lasch, 2003). Leur part dans l'économie globale est de 3,2 % (5 % de tous les emplois).

### 3. Mesure des variables

Les mesures des variables sont présentées dans le tableau 1.

### 4. Tests statistiques

Pour tester les hypothèses 1, 2 et 3, pour la survie, nous avons divisé les entreprises en deux groupes. Le premier groupe est constitué des survivants au bout de trois ans ( $n = 278$ ) et le second est constitué des entreprises qui ont cessé leur activité au bout de trois ans ( $n = 220$ ). Pour identifier les déterminants de la survie, nous avons mis en évidence les différences entre ces deux groupes en termes de variables explicatives.

Pour tester les hypothèses 1, 2 et 3, pour la croissance, nous avons conservé uniquement

<b>Tableau 1</b>	
<b>PROXIES DES VARIABLES EXPLICATIVES</b>	
<b>Determinants</b>	<b>Proxies</b>
<b>Capital humain et expérience professionnelle</b>	
<i>Capital humain général</i>	Âge du créateur ; université ou grande école ; création à partir d'une situation de chômage ; <i>spin-offs</i> académiques
<i>Expérience professionnelle</i>	Expérience professionnelle de 3 ans minimum
<i>Taille de l'entreprise de l'ancien emploi</i>	Nombre de salariés de l'entreprise de l'ancien emploi (< 3, 3-9, 10-49, 50-199, > 200)
<i>Connaissance spécifique de l'industrie</i>	Création dans la même activité/secteur que l'ancien emploi
<i>Expérience en management</i>	Expérience en tant que manager, cadre
<i>Expérience antérieure de création</i>	Expérience antérieure de création
<i>Réseaux sociaux et personnels</i>	Exemples d'entrepreneurs dans le réseau social et personnel
<b>Préparation et activités de précréation</b>	
<i>Préparation et activités de précréation</i>	Contacts avec des consultants ; entraînement à la création ; clients approchés ou constitution d'un fichier clients ; étude de la concurrence ou du marché ; plan de financement ; faisabilité technique
<b>Caractéristiques organisationnelles initiales</b>	
<i>Relations d'affaires</i>	Relations d'affaires avec l'ancien employeur
<i>Capital à la création</i>	Montant du capital à la création (<15.000€, 15 000-40 000€, 40 000-75 000€, 75 000-150 000€, >150 000€), subventions publiques
<i>Taille de l'entreprise</i>	Nombre d'employés au démarrage
<i>Équipe fondatrice</i> <i>Sous-traitant</i>	Équipe entrepreneuriale fondatrice Principalement des activités de sous-traitance
<i>Nombre de clients</i>	Nombre de clients (1-2, 3-10, >10)
<i>Type de clients</i>	Particulier, entreprises, grande distribution, secteur public
<i>Marché local</i>	Clients principalement situés sur des marchés locaux
<i>Marché national</i>	Clients principalement situés sur des marchés nationaux
<i>Marché international</i>	Clients principalement situés sur des marchés internationaux
<i>Choix de localisation pour des raisons économiques</i>	Proximité du marché, proximité des fournisseurs, proximité des clients, choix de localisation par opportunité, réduction de coûts, présence d'infrastructures locales, aides publiques
<i>Choix de localisation pour des raisons privées</i>	Proximité au lieu de résidence, autres motifs privés

les entreprises qui ont passé le seuil des trois années d'existence, en nous concentrant sur le sous-secteur des *services TIC*, qui est le sous-secteur TIC le plus important. Nous avons appliqué un modèle de régression multiple liant chacune des variables explicatives à la croissance exprimée en nombre de salariés.

### III. – RÉSULTATS

#### 1. Les déterminants de la survie

*Capital humain, expérience professionnelle et survie*

L'hypothèse 1 suppose une relation significativement positive entre le capital humain

de l'entrepreneur et les chances de survie. Dans une première analyse, les entreprises survivantes et les entreprises défailtantes ont des caractéristiques similaires en capital humain (cf. tableau 2). Ainsi, le niveau de formation, à partir d'une situation de chômage, ou directement à la sortie du diplôme, n'a pas d'effet sur la survie de la nouvelle firme. De même, les créateurs qui ont réussi ne sont pas significativement plus jeunes ou plus vieux que ceux qui n'ont pas passé le seuil critique des trois premières années.

Des différences n'apparaissent pas non plus au niveau de l'expérience professionnelle. Démarrer une entreprise dans le même sec-

**Tableau 2**  
PROXIES DES VARIABLES EXPLICATIVES

	Survivants à 3 ans (n = 278)	Créations échouées (n = 220)	Test
<i>Âge du créateur</i>	39,5	38,5	ns
<i>Créateurs avec diplôme 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle</i>	32,5 %	33,5 %	ns
<i>Créateurs chômeurs</i>	10,3 %	11,0 %	ns
<i>Créations d'étudiants (essaimages univers.)</i>	4,0 %	4,0 %	ns
<i>Créations dans la même branche</i>	87,0 %	82,6 %	ns
<i>Expérience professionnelle de plus de 3 ans</i>	87,1 %	87,5 %	ns
<b>Dernier emploi dans :</b>			
<i>entreprise de moins de 3 salariés</i>	9,1 %	10,2 %	ns
<i>entreprise 3 à 9 salariés</i>	21,2 %	19,0 %	ns
<i>entreprise 10 à 49 salariés</i>	30,8 %	26,5 %	ns
<i>entreprise 50 à 200 salariés</i>	16,2 %	11,6 %	ns
<i>(ensemble entreprises moins de 200 salariés)</i>	(77,8 %)	(67,3 %)	***
<i>entreprise 200 salariés et plus</i>	22,7 %	32,7 %	***
<i>ensemble</i>	100,0 %	100,0 %	
<i>Qualification prof. avant création: cadres</i>	45,2 %	46,0 %	ns
<i>Créateur a déjà créé une entreprise</i>	27,7 %	32,3 %	ns
<i>Exemples de créateurs dans entourage</i>	63,8 %	65,2 %	ns

Test de significativité Kolmogorov-Smirnov. \*\*\* p < 0,005.

teur que celui de l'emploi précédent n'augmente pas les chances de survie.

En revanche, la taille de l'entreprise de l'emploi précédent se révèle très importante. Les résultats montrent, ainsi, que les créateurs qui ont réussi travaillaient plutôt dans des PME de moins de 200 salariés ( $p < 0,005$ ) alors que les créateurs défaillants provenaient plutôt d'entreprises de plus de 200 salariés ( $p < 0,005$ ).

Les créateurs qui ont réussi n'ont pas moins d'expériences spécifiques en tant que managers ou créateurs d'entreprise et n'ont pas moins d'exemples d'entrepreneurs dans leur réseau social. Un autre résultat intéressant est le fait que les créateurs expérimentés ne réussissent pas plus souvent que les nouveaux créateurs.

#### *L'influence de la préparation à la création sur la survie*

Bien préparer la création est supposée être un des facteurs-clés de succès parmi les plus importants. Nos résultats ne confirment pas globalement cette hypothèse (cf. tableau 3).

Ainsi, les entrepreneurs qui ont réussi ne préparent pas plus intensivement leurs créations et ne réalisent pas plus souvent des activités de préparation spécifique que ceux qui ont échoué (prospection des clients ou de fichiers de clients, établissement de plans de financement, analyse du marché ou des concurrents et entraînement à la création). Au contraire, de façon surprenante, il y a une relation négative entre le succès de la création et la réalisation préalable d'études de faisabilité technique ( $p < 0,05$ ). Les seules actions de préparation qui ont un impact positif sur le taux de survie sont les contacts et les discussions avec des consultants ( $p < 0,005$ ). Enfin, les relations d'affaires existantes avec l'employeur précédent ne semblent pas non plus accroître les chances de survie.

#### *L'influence des caractéristiques organisationnelles initiales sur la survie*

Les caractéristiques organisationnelles de l'entreprise sont le troisième déterminant pour lequel les différences entre les survi-

**Tableau 3**  
L'INFLUENCE DE LA PRÉPARATION À LA CRÉATION SUR LA SURVIE

	Survivants à 3 ans (n = 278)	Créations échouées (n = 220)	Test
<i>Contacts avec des consultants</i>	59,4 %	50,5 %	***
<i>Formation particulière à la création</i>	21,9 %	19,5 %	ns
<i>Démarché des clients ou de fichiers clients</i>	68,7 %	64,1 %	ns
<i>Étude des concurrents ou de marché</i>	38,1 %	38,2 %	ns
<i>Étude financière effectuée</i>	71,9 %	68,6 %	ns
<i>Étude technique réalisée</i>	44,2 %	50,0 %	*
<i>Relations d'affaires avec l'employeur précédent</i>	21,2 %	17,7 %	ns

Test de significativité Kolmogorov-Smirnov. \*\*\*  $p < 0,005$  ; \*  $p < 0,05$ .

<b>Tableau 4</b>			
<b>L'INFLUENCE DES CARACTÉRISTIQUES ORGANISATIONNELLES DE L'ENTREPRISE</b>			
	<b>Survivants à 3 ans (n = 278)</b>	<b>Créations échouées (n = 220)</b>	<b>Test</b>
<i>Contacts avec des consultants</i>	59,4 %	50,5 %	***
Capital nécessaire au démarrage...			
<i>moins de 15 000 €</i>	44,6 %	52,3 %	***
<i>15 000 à 39 999 €</i>	41,0 %	36,8 %	ns
<i>40 000 à 74 999 €</i>	8,3 %	6,8 %	ns
<i>75 000 à 149 999 €</i>	2,5 %	1,8 %	ns
<i>150 000 € et plus</i>	3,6 %	2,3 %	ns
<i>(ensemble plus de 15 000 €)</i>	(55,4 %)	(47,7 %)	***
<i>ensemble</i>	100,0 %	100,0 %	
<i>Taille moyenne au démarrage</i>	3,38	1,93	
<i>Équipe entrepreneuriale fondatrice</i>	42,1 %	40,5 %	ns
<i>Principalement activités de sous-traitance</i>	28,8 %	27,3 %	ns
Type de clients			
<i>particuliers</i>	12,6 %	20,9 %	***
<i>autres entreprises, commerçants</i>	65,5 %	57,7 %	***
<i>entreprises de grande distribution</i>	6,5 %	6,8 %	ns
<i>administrations ou organismes publics</i>	15,5 %	14,5 %	ns
<i>ensemble</i>	100,0 %	100,0 %	
Répartition du chiffre d'affaires			
<i>1 ou 2 clients</i>	16,2 %	33,6 %	***
<i>3 à 9 clients</i>	51,4 %	24,1 %	***
<i>10 clients et plus</i>	32,4 %	42,3 %	***
<i>ensemble</i>	100,0 %	100,0 %	
Répartition géographique des clients (CA)			
<i>local/régional</i>	61,8 %	63,2 %	ns
<i>national</i>	31,3 %	25,5 %	*
<i>international</i>	6,9 %	11,3 %	ns
<i>(ensemble local/régional ou international)</i>	(68,7 %)	(74,5)	*
<i>ensemble</i>	100,0 %	100,0 %	
Principales raisons pour la localisation ?			
<i>proximité marché</i>	15,8 %	15,7 %	ns
<i>proximité fournisseur</i>	2,4 %	1,9 %	ns
<i>proximité donneur d'ordre</i>	5,4 %	1,9 %	ns
<i>par opportunité</i>	11,3 %	9,0 %	ns
<i>raison d'économies financières</i>	12,8 %	11,2 %	ns
<i>infrastructures locales</i>	5,4 %	6,4 %	ns
<i>aides locales</i>	1,5 %	1,5 %	ns
<i>(ensemble causes économiques)</i>	(54,4)	(47,6)	**
<i>proximité du domicile</i>	28,3 %	32,2 %	ns
<i>autres raisons personnelles</i>	17,3 %	20,2 %	ns
<i>(ensemble raisons personnelles)</i>	(45,6)	(52,4)	**
<i>ensemble</i>	100,0 %	100,0 %	

Test de significativité Kolmogorov-Smirnov. \*\*\* p < 0,005 ; \*\* p < 0,025 ; \* p < 0,05.

vants et les défaillants ont été supposées. Les résultats (cf. tableau 4) montrent que les entrepreneurs survivants commencent avec des capitaux financiers plus élevés que ceux qui échouent. Précisément, commencer avec un capital inférieur à 15 000 euros est un facteur d'échec majeur ( $p < 0,005$ ). De la même façon, les entreprises survivantes obtiennent plus souvent des aides publiques que celles qui échouent ( $p < 0,005$ ).

Les aspects commerciaux ont également des relations étroites avec le succès ou l'échec. Les créateurs qui échouent ont significativement plus de particuliers parmi leurs clients que ceux qui survivent ( $p < 0,005$ ). Inversement, ceux qui survivent ont significativement plus d'autres entreprises ou de commerçants parmi leurs clients ( $p < 0,005$ ).

De façon très significative, les entreprises qui ont entre 1 et 2 clients ( $p < 0,005$ ) ou plus de 10 clients ( $p < 0,005$ ) ont des taux de survie plus faibles. Inversement, les entreprises qui ont entre 3 et 9 clients ont un taux de survie plus élevé ( $p < 0,005$ ). Les entreprises qui réussissent sont plus présentes sur les marchés nationaux que les entreprises qui échouent ( $p < 0,05$ ), qui sont plus présentes soit sur les marchés locaux, soit sur les marchés internationaux ( $p < 0,05$ ).

Enfin, les critères de choix de la localisation sont liés à la propension à la survie. Les entreprises qui font ce choix en fonction de critères économiques ont significativement plus de chance de survie que les entreprises qui font ce choix pour des raisons personnelles de leurs dirigeants ( $p < 0,025$ ).

## 2. Les déterminants de la croissance

Même s'il existe plusieurs études sur les déterminants du succès des nouvelles entreprises, il n'y a pas de réel consensus dans la littérature sur les facteurs de croissance. Pour les services TIC, 5 variables sur 26 ont un impact significatif à un niveau de 5 % et 4 à un niveau de 10 %.

Contrairement à l'hypothèse 1, le capital humain et l'expérience professionnelle n'influencent pas de façon significative la croissance des entreprises dans le secteur des services TIC.

Conformément à l'hypothèse 2, l'importance des activités de préparation à la création a une influence sur la croissance, quand cette préparation consiste à démarcher des clients avant la création et à créer un fichier de clients ( $p < 0,05$ ). En revanche, l'entraînement à la création n'a pas d'effet sur la croissance de l'entreprise.

Conformément à l'hypothèse 3, certaines caractéristiques organisationnelles de l'entreprise sont liées à l'évolution de son effectif salarié. Avoir un capital au démarrage inférieur à 15 000 euros est ainsi un facteur de décroissance de cet effectif ( $p < 0,1$ ), alors que démarrer avec un capital supérieur à 75 000 euros est un facteur de croissance ( $p < 0,1$ ). De même, plus l'effectif au démarrage est important, plus l'entreprise connaît une forte croissance<sup>2</sup> ( $p < 0,05$ ). En revanche, commencer avec une équipe entrepreneuriale réduit les chances de croissance ( $p < 0,05$ ). Les aides publiques obtenues n'ont pas d'effet sur la croissance de la firme.

2. NB: le signe négatif du résultat de régression indique que plus le nombre d'employés au démarrage est faible, plus l'effet négatif sur la croissance est constaté !

**Tableau 5**  
**DÉTERMINANTS DE L'ÉVOLUTION DU NOMBRE DE SALARIÉS**  
 (1994 ET 1997<sup>3</sup>)

Variable expliquée : taux de croissance des salariés entre 1994 et 1997 (log.)

<b>Variables</b>	<b>Services TIC</b>
<b>Capital humain du créateur</b>	
<i>Diplôme 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle</i>	0,0877
<i>Création dans la même branche que l'expérience professionnelle</i>	0,0102
<i>Création avec associé(s)</i>	- 0,0253
<i>Expérience professionnelle : cadre supérieur ou chef d'entreprise</i>	- 0,0315
<i>Entreprise du dernier emploi : moins de 3 salariés</i>	0,0216
<i>Entreprise du dernier emploi : 3 à 9 salariés</i>	- 0,1330
<i>Entreprise du dernier emploi : 50 à 199 salariés</i>	- 0,0936
<b>Préparation à la création</b>	
<i>Formation spécifique au projet de création de minimum 15 jours</i>	0,0647
<i>Démarché des clients avant création</i>	0,1697**
<b>Caractéristiques structurelles de l'entreprise au démarrage</b>	
<i>Aides financières publiques perçues</i>	- 0,1306
<i>Capital nécessaire au démarrage en dessous de 15 000 €</i>	- 0,0361*
<i>Capital nécessaire au démarrage 40 000 € à 74 999 €</i>	0,2936
<i>Capital nécessaire au démarrage supérieur à 75 000 €</i>	0,4020*
<i>Nombre de salariés (créateur inclus si non-salarié)</i>	- 0,0140**
<i>Équipe entrepreneuriale de création</i>	- 0,2330**
<b>Développement de l'entreprise deuxième et troisième années d'exercice</b>	
<i>Capital provenant d'autres firmes associées</i>	0,2165*
<i>Principalement activités de sous-traitant</i>	0,0904
<i>Évolution du nombre de clients</i>	0,2960***
<i>Type de clients le plus important : particuliers</i>	- 0,4002**
<i>Type de clients le plus important : PME</i>	0,0312
<i>Type de clients le plus important : grandes entreprises</i>	0,1733*
<i>Répartition géographique des clients (CA) locale/départementale</i>	- 0,0616
<i>Répartition géographique des clients (CA) internationale</i>	- 0,3889*
<i>Diversification des produits ou services</i>	0,1280
<i>Liens de coopération en R&amp;D</i>	- 0,1388
<i>Autres liens de coopération (achat, gestion, vente, publicité)</i>	- 0,0127
<i>R<sup>2</sup> = 0,4406 (adj. R<sup>2</sup> = 0,2776);</i>	

\*\*\* p < 0,01 ; \*\* p < 0,05 ; \* p < 0,1.

3. Les modalités qui n'apparaissent pas n'ont pas d'effet statistique sur le modèle.

Intégrer du capital d'autres entreprises tend à augmenter la croissance des entreprises du secteur des services TIC ( $p < 0,1$ ). Les chances de croissance augmentent également avec le nombre de clients ( $p < 0,01$ ) mais baissent quand le fichier des clients est principalement constitué par des particuliers ( $p < 0,05$ ). Un haut degré d'internationalisation diminue les chances de croissance ( $p < 0,1$ ). Pour toutes les autres variables, nous n'obtenons pas d'effet significatif.

#### IV. – DISCUSSION

##### 1. Les déterminants de la survie des start-up TIC

La première hypothèse met l'accent sur le capital humain et l'expérience du créateur

comme facteurs explicatifs de la survie des entreprises TIC. Conformément aux résultats obtenus par Brüderl *et al.* (1996), et contrairement à ceux des études de Wicker et King (1989) ou de Pleschak (1997), l'âge du créateur n'a pas d'influence sur la survie des entreprises TIC.

De la même façon, contrairement aux résultats obtenus par Brüderl *et al.* (1996), Cooper *et al.* (1994) ou Wiklund et Shepherd (2001), l'expérience professionnelle n'a pas d'influence significative sur la survie. Aucun résultat significatif n'est également obtenu pour la connaissance spécifique de l'industrie ou l'expérience managériale, ce qui confirme les résultats obtenus par Brüderl *et al.* (1996) et infirme ceux de Cooper *et al.* (1994) et de Pleschak (1997).

**Tableau 6**  
FACTEURS EXPLICATIFS DE LA SURVIE DES START-UP  
DANS LE SECTEUR TIC

Facteurs explicatifs	Effet sur la survie
Dernier emploi dans une entreprise de moins de 200 salariés	Positif
Dernier emploi dans une entreprise de plus de 200 salariés	Négatif
Contact avec les consultants avant la création	Positif
Étude technique avant la création	Négatif
Capital au démarrage inférieur à 15 000 €	Négatif
Capital au démarrage supérieur à 15 000 €	Positif
Clients particuliers	Négatif
Clients entreprises	Positif
Trois à neuf clients	Positif
Un ou deux clients	Négatif
Dix clients et plus	Négatif
Zone de commercialisation nationale	Positif
Zone de commercialisation locale ou internationale	Négatif
Localisation pour des raisons économiques	Positif
Localisation pour des raisons personnelles	Négatif

Le seul résultat significatif va dans le sens des recherches de Greenan (1994), de Schmude (1994a) ou de Pleschak (1997) : les créateurs qui ont travaillé dans des entreprises de moins de 200 salariés ont manifestement développé une connaissance spécifique de ce type de structure, ainsi que des compétences et une façon de manager qui permettent à leur entreprise de survivre à 3 ans.

Enfin, contrairement à ce que peuvent laisser supposer de nombreuses recherches (Aldrich et Zimmer, 1986; Aldrich et Cliff, 2003; Brüderl *et al.*, 1996; Hansen, 1995), les exemples d'entrepreneurs dans le réseau social et personnel ne sont pas un facteur de plus forte réussite des nouvelles entreprises TIC.

Les résultats des tests de l'hypothèse 2 ne montrent pas, dans l'ensemble, l'intérêt d'une préparation à la création. Contrairement à de nombreux travaux de recherche (Brüderl *et al.*, 1996; Castrogiovanni, 1996; Hansen, 1995; Schutjens et Wever, 2000) et conformément aux travaux de Dahlqvist *et al.* (2000), il n'est pas montré que des activités comme l'entraînement à la création, l'existence d'un plan d'affaires, l'étude de faisabilité financière du projet, le nombre de contacts pertinents, une première liste de clients potentiels, etc., augmentent les chances de survie. Au contraire, il semble que développer des études de faisabilité technique a un effet inverse ! Seules les pratiques qui consistent à s'entretenir avec des consultants ont un effet positif sur le succès.

Ces résultats peuvent s'interpréter comme une conséquence de la nature des activités TIC, qui sont par nature porteuses d'une grande incertitude, à la fois sur les produits, sur les technologies de production et sur les

besoins des consommateurs. Des entretiens réguliers avec des consultants sont alors plus profitables que des études prévisionnelles trop formalisées, qui peuvent même s'avérer un facteur de défaillance, car très coûteuse en temps pour des entreprises investies dans un effort particulier en R&D. Le test de l'hypothèse 3 est riche d'enseignements sur les caractéristiques structurelles qui favorisent le succès des nouvelles entreprises TIC. Comme le montrent déjà de nombreuses recherches, l'importance du capital est clairement établie dans cette étude, que ce soit pour le montant du capital lors de la création (Brüderl *et al.*, 1996; Cooper *et al.* 1994; Dahlqvist *et al.*, 2000; Wiklund, 1999) ou pour les subventions et les aides publiques (Dahlqvist *et al.*, 2000). En revanche, les résultats ne confirment pas l'influence sur la survie de facteurs comme la constitution d'une équipe entrepreneuriale, que cette influence soit positive (Brüderl *et al.*, 1996; Ruef *et al.*, 2003; Teal et Hofer, 2003) ou négative (Nerlinger, 1998; Seeger, 1997).

Les tests de l'hypothèse 3 vont dans le sens des auteurs qui insistent sur l'importance de la nature des clients, de leur nombre et de leur situation géographique (Koschatzky, 1997; Seeger, 1997). Il apparaît ainsi clairement que le fait de démarrer avec des clients particuliers est un facteur d'échec, alors que le fait de démarrer avec d'autres entreprises comme clients est un facteur de succès. Dans le même ordre d'idée, un trop petit ou un très grand nombre de clients est un facteur d'échec fort. Ces clients sont plutôt, dans le cas des entreprises à succès, situés sur les marchés nationaux. Inversement, dans les cas des entreprises défaillantes, les clients sont plutôt locaux ou internationaux. La bonne stratégie consisterait donc à

démarrer avec un nombre de clients restreint (entre 3 et 9), ces clients étant des entreprises démarchées sur le plan national.

Enfin, les critères de choix pour la localisation sont bien un facteur explicatif du succès ou de l'échec des start-up technologiques : choisir une implantation en fonction de ces critères économiques conduit à de plus grandes chances de survie que choisir de se localiser sur des critères plus personnels. Ce résultat confirme toutes les recherches qui montrent l'importance des externalités pour les activités fondées sur l'innovation et la technologie (effets de localisation et d'agglomération), ainsi que le rôle du contexte régional comme source de connaissances et d'expertises particulières (Audretsch, 1998 ; Lasch *et al.*, 2004), une internationalisation trop rapide étant liée à des risques élevés.

## 2. Les déterminants de la croissance des start-up TIC

Alors que nous avons supposé que le capital humain général avait une influence sur la croissance, il en a encore moins que sur la

survie. L'âge du créateur, sa formation, son expérience professionnelle, son emploi précédent, etc. n'ont aucun effet sur le succès de son entreprise en termes de croissance. La préparation à la création n'a également que peu d'effet sur la croissance des start-up TIC. Seul le démarchage de clients avant la création a un effet positif.

Les résultats obtenus sur l'influence des caractéristiques organisationnelles de l'entreprise sont plus probants. Conformément à ce que montrent de nombreuses études (Brüderl *et al.*, 1996 ; Cooper *et al.*, 1994 ; Dahlgvist *et al.*, 2000 ; Wiklund, 1999), le capital au démarrage est ainsi un facteur explicatif de la croissance. De même, le fait d'intégrer, au cours de la croissance, des nouveaux capitaux en provenance d'autres entreprises est un facteur de croissance significatif. Ces résultats rejoignent ceux qui sont obtenus pour la survie et confirment l'intérêt des structures publiques ou privées qui permettent aux start-up TIC d'avoir accès aux capitaux financiers.

Un autre facteur explicatif de la croissance est le nombre de salariés au démarrage. Ce

**Tableau 7**  
LES FACTEURS EXPLICATIFS DE LA CROISSANCE DES START-UP  
DANS LE SECTEUR TIC

Facteurs explicatifs	Effet sur la croissance
Démarchage de clients avant la création	Positif
Capital au démarrage inférieur à 15 000 €	Négatif
Capital au démarrage supérieur à 75 000 €	Positif
Nombre de salariés au démarrage	Positif
Équipe entrepreneuriale de création	Négatif
Capital provenant d'autres firmes associées	Positif
Évolution du nombre de clients	Positif
Clients particuliers	Négatif
Clients internationaux	Négatif

résultat confirme celui de plusieurs recherches antérieures (Brüderl *et al.*, 1996; Dahlqvist *et al.*, 2000). Plus une entreprise démarre avec un nombre important de salariés, plus son potentiel de croissance est important. Ce résultat est remarquable notamment pour les structures publiques de soutien, dont l'objectif n'est pas seulement de faire survivre les start-up TIC, mais aussi, et surtout, de permettre leur croissance afin de développer les économies locales ou régionales. Ces structures auraient donc intérêt à soutenir des projets de création d'entreprises d'une certaine envergure en termes d'effectif salarié. Un résultat plus étonnant est obtenu pour la présence d'une équipe entrepreneuriale. Contrairement à ce qu'affirment de nombreux auteurs (Brüderl *et al.*, 1996; Pleschak, 1997; Ruef *et al.*, 2003; Schutjens et Wever, 2000; Teal et Hofer, 2003), les chances de succès n'augmentent pas quand le créateur est assisté par une équipe entrepreneuriale. Au contraire, comme le supposent Nerlinger, (1998) ou Seeger (1997), les risques que comportent ces équipes, comme les conflits entre associés, impliquent un effet négatif de la présence d'une équipe entrepreneuriale sur la croissance.

Les derniers résultats significatifs portent sur l'influence des clients. Plus le nombre de clients de l'entreprise s'accroît, plus elle augmente ses effectifs. Toutefois, plus les clients sont des particuliers, plus l'entreprise connaît des difficultés qui l'amènent à réduire ses effectifs. De même, plus les clients sont internationaux, plus l'entreprise connaît des difficultés en termes d'emploi salariés. L'entreprise nouvellement créée dans le secteur TIC a donc intérêt à démarquer sur les marchés nationaux et à prendre le

temps de préparer plus longuement et plus intensément son internationalisation.

## CONCLUSION

La question posée dans cette recherche est celle des déterminants du succès des entreprises TIC. Une première analyse, comparant les 278 entreprises survivantes de l'échantillon aux 220 entreprises défaillantes, a permis d'identifier plusieurs facteurs explicatifs de la survie des entreprises TIC. Une seconde analyse, portant sur les entreprises survivantes, a permis d'identifier plusieurs facteurs explicatifs de la croissance des entreprises TIC.

De façon générale, les résultats obtenus montrent que le capital humain de l'entrepreneur a un impact relativement faible sur le taux de survie et le taux de croissance des nouvelles entreprises TIC. De la même façon, l'intensité de la préparation n'est pas globalement un facteur-clé du succès. En revanche, des caractéristiques organisationnelles, comme le montant du capital investi, la structure de la clientèle ou le choix de la localisation, sont fortement liées au succès des start-up TIC.

Ces résultats ne doivent être compris que relativement aux limites de l'étude, qui sont celles de toutes les recherches de type quantitatif sur un échantillon d'entreprises. Dans cette perspective, il faut considérer cette étude comme une première étape vers une meilleure connaissance des déterminants du succès et de l'échec des nouvelles entreprises TIC. D'autres recherches sont nécessaires, d'une part, pour confirmer ou infirmer les résultats obtenus ici, et, d'autre part, pour les affiner, en distinguant dans le secteur TIC des sous-secteurs, comme les industries high-tech, les services TIC et les autres services à forte intensité de connaissances.

## BIBLIOGRAPHIE

- Aldrich H. E., Cliff J. E., "The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective", *Journal of Business Venturing*, vol. 18, 2003, p. 573-596.
- Aldrich H. E. et Zimmer C., "Entrepreneurship through social networks", *The art and science of entrepreneurship*, D. L. Sexton, R.W. Smilor (Eds.), p. 3-23, Cambridge, MA, 1986.
- Audretsch D., "Agglomeration and the location of innovative activity", *Oxford Review of Economic Policy*, vol. 14, n° 2, 1998, p. 18-29.
- Bathelt H., "Erklärungsansätze industrieller Standortentscheidungen. Kritische Bestandsaufnahme und empirische Überprüfung am Beispiel von Schlüsseltechnologie-Industrien", *Geographische Zeitschrift*, vol. 80, 1992, p. 191-213.
- Bellu R. R., "Task role motivation and attributional style as predictors of entrepreneurial performance: female sample findings", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 5, 1993, p. 331-344.
- Brüderl J., Preisendörfer P., Ziegler R., *Der Erfolg neu gegründeter Betriebe: eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen*, Berlin, Betriebswirtschaftliche Schriften, n° 140, 1996.
- Castrogiovanni G., "Pre-startup planning and the survival of new small businesses: Theoretical linkages", *Journal of Management*, vol. 22, n° 6, 1996, p. 801-822.
- Chell E., Haworth J. M., Brearly S. A., *The entrepreneurial personality: concepts, cases and categories*, London, Routledge, 1991.
- Cliff J. E., Langton N., Aldrich, H. E., "Walking the talk? Gendered rhetoric vs action in small firms", *Organization Studies*, vol. 26, n° 1, 2004, p. 63-91.
- Cooper A. C., Gimeno-Gascon F. J., Woo C. Y., "Initial human and financial capital as predictors of new venture performance", *Journal of Business Venturing*, vol. 9, n° 5, 1994, p. 371-395.
- Dahlqvist J., Davidsson P., Wiklund J., "Initial conditions as predictors of new venture performance: A replication and extension of the Cooper *et al.* study", *Enterprise & Innovation Management Studies*, vol. 1, n° 1, 2000, p. 1-17.
- Delmar F., Wiklund J., "Growth motivation and growth: Untangling causal relationships", Academy of Management Best Conference Paper 2003 ENT: H1, 2003.
- Greenan N., « L'organisation du travail dans les PMI se distingue-t-elle de celle des grandes entreprises? », *Economie et Statistiques*, vol. 271-272, 1994, p. 87-103.
- Hansen E. L., "Entrepreneurial networks and organizational growth", *Entrepreneurship Theory and Practise*, Summer, 1995, p. 7-19.
- Koschatzky K. (Ed.), *Technologieunternehmen im Innovationsprozess: Management, Finanzierung und regionale Netze*, Heidelberg: Technik, Wirtschaft und Politik, Schriftenreihe des Fraunhofer-Instituts für Systemtechnik und Innovationsforschung/ISI, n° 23, 1997.
- Kulicke M., *Entstehungsmuster junger Technologieunternehmen*, Karlsruhe, 1990.
- Lasch F., *La création d'entreprises dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) en France*, Regensburg, Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg, n° 4, 2003.

- Lasch F., Le Roy F., Yami S., "New firm formation in ICT sectors in France (1993-2001)", *Advances in Interdisciplinary European Entrepreneurship Research*, M. Dowling, J. Schmude, D. Zu Knyphausen-Aufsess (Eds.), vol. 2, 2004, p. 199-230.
- Littunen, H., Storhammer E., Nenonen T., "The survival of firms over the critical first 3 years and the local environment", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 10, 1998, p. 189-202.
- Lumpkin G.T., Dess G.G., "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, vol. 21, n° 1, 1996, p. 135-172.
- McClelland D.C., *The achieving society*, Princeton, NJ, Van Nostrand, 1961.
- Ministère de l'Économie des Finances et de l'Industrie (MEFI), Service des études et des statistiques industrielles (SESSI), *L'état des PMI. SESSI, Chiffres-clés – Analyse*, n° 187, 1999.
- Nerlinger E., *Standorte und Entwicklung junger innovativer Unternehmen: Empirische Ergebnisse für West-Deutschland*, Baden-Baden, Schriftenreihe des Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), n° 27, 1998.
- Pleschak F., *Entwicklungsprobleme junger Technologieunternehmen und ihre Überwindung*, K. Koschatzky (Ed.), *Technologieunternehmen im Innovationsprozess: Management, Finanzierung und regionale Netze*, p. 13-33. Heidelberg, Schriftenreihe des Fraunhofer-Instituts für Systemtechnik und Innovationsforschung/ISI-Technik, Wirtschaft und Politik, n° 23, 1997.
- Ruef, M., Aldrich, H.E., Carter, N.M., "Homophily, strong ties, and isolation among U.S. entrepreneurs", *American Sociological Review*, vol. 68, 2003, p. 195-222.
- Sapienza, H.J., Autio, E., Zahra, S., "Effects of internationalization on young firms' prospects for survival and growth", *Academy of Management Best Conference Paper, 2003 ENT: G1*, 2003.
- Schmude J., «Qualifikation und Unternehmensgründung. Eine empirische Untersuchung über die Qualifikationsstrukturen geförderter Unternehmensgründer in Baden-Württemberg », *Geographische Zeitschrift*, vol. 82, 1994a, p. 166-179.
- Schmude J., *Geförderte Unternehmensgründungen in Baden-Württemberg. Eine Analyse der regionalen Unterschiede des Existenzgründungsgeschehens am Beispiel des Eigenkapitalhilfe-Programms (1979-1989)*, Stuttgart, Erdkundliches Wissen, n° 114, 1994b.
- Schutjens V., Wever E., "Determinants of new firm success", *Papers of Regional Science*, vol. 79, 2000, p. 135-159.
- Seeger H., *Ex-Post Bewertung der Technologie- und Gründerzentren durch die erfolgreich ausgezogenen Unternehmen und Analyse der einzel- und regionalwirtschaftlichen Effekte*, Münster, Hannoversche Geographische Arbeiten, n° 53, 1997.
- Solmossy E., "Entrepreneurial Dimensions: The relationship of individual, venture and environmental factors to success", *Entrepreneurship, Theory & Practice*, Summer, 2000, p. 79-80.
- Teal E. J., Hofer C. W., "New venture success: Strategy, industry structure, and the founding entrepreneurial team", *The Journal of Private Equity*, Fall, 2003, p. 38-51.

Tödttling F., Wanzenböck H., “Regional differences in structural characteristics of start-ups”, *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 15, 2003, p. 351-370.

Wicker A. W., King J. C., “Employment, ownership and survival in microbusinesses: a study of new retail and service establishments”, *Small Business Economics*, vol. 1, 1989, p. 137-152.

Wiklund J., “The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship”, *Entrepreneurship Theory & Practice*, Fall, 1999, p. 37-48.

Wiklund J., Shepherd D. A., “Intentions and growth: The moderating role of resources and opportunities”, *Academy of management Proceedings*, 2001 *ENT: FI*, 2001.