

Note de recherche

Reprise d'entreprise par les personnes physiques (RPP) : premiers éléments de réponse à la question de son intégration dans le champ de l'entrepreneuriat

Bérangère DESCHAMPS
Maître de conférences
Chercheur au CERAG
UFR DGES - UPMF
BP 47 - 38 040 Grenoble cedex 9
04 76 82 54 02
mail : berangere.deschamps@wanadoo.fr

Introduction

La RPP est une pratique difficile à cerner compte tenu de l'inadéquation des dispositifs statistiques nationaux aux spécificités de la reprise¹ ; des bases d'enquêtes trop disparates ; des modalités très diverses de rachat ; des différents types de repreneurs (ancien salarié, ancien partenaire commercial de la cible, membre de la famille du cédant, ancien actionnaire, étranger à l'entreprise) ; de la variété des entreprises à reprendre (secteur, statut, taille...) rendant chaque cas particulier.

En relevant les enjeux liés à cette pratique, il apparaît pourtant évident que la RPP doit faire l'objet d'une attention toute particulière. Elle évite la fermeture d'organisations pour lesquelles les fondateurs n'auraient pas anticipé, ou pu solutionner, leur transmission. Elle contribue à sauvegarder des emplois dans un contexte où 120 000 chefs d'entreprise avaient plus de 60 ans en 2000 (APCE, 2000). Les enjeux managériaux et politiques considérables en termes d'emplois et de dynamisme des territoires prouvent qu'elle fait l'objet d'une demande économique et sociale.

La RPP est, cependant, absente d'une volonté politique affichée, car même si les discours actuels portent sur l'incitation à l'entrepreneuriat, là encore, la création occupe la quasi-totalité du terrain². Seule, la presse pratique diffuse des dossiers spéciaux correspondant. Or, le simple fait de partir d'une structure existante avec des relations commerciales déjà établies, un savoir faire et un personnel que le dirigeant n'a pas recruté suffit à poser la singularité de la RPP par rapport à la création (Deschamps, 2000). Mieux connaître cette pratique constitue la condition nécessaire pour développer des expertises (institutions, sociétés de conseils, organismes d'aides) adaptées et favorables à son développement.

D'un point de vue académique, même si l'opération est parfois citée par les chercheurs, aucun travail n'a, jusqu'au nôtre, approfondi la RPP, à l'exception de la thèse déjà ancienne de Siegel (1989). La recherche académique en entrepreneuriat, aussi bien francophone qu'anglophone, se focalise, en effet, sur la création d'entreprise, la RPP étant considérée comme une modalité de création (Bruyat, 1993). Comme l'entrepreneuriat est associé de façon synonymique à la création d'entreprise, il semble légitime de se poser la question du positionnement de la RPP dans le champ de l'entrepreneuriat.

Parmi les différents cas de reprise, se focaliser sur la RPP présente plusieurs intérêts : d'abord il s'agit d'une pratique trop peu étudiée ; ensuite, elle évite d'aborder des thèmes qui relèvent plus du management stratégique que de l'entrepreneuriat (cas des opérations de croissance externe pour traiter des reprises d'entreprise par des entreprises) ; enfin, parce que le sujet, par le biais de la personne physique, nous rapproche de l'entrepreneuriat, champ pour lequel l'acteur est fondamental. Ce repreneur, personne physique, est-il un entrepreneur ? Est-ce pour autant que la RPP peut être qualifiée d'entrepreneuriale ? Cette note de recherche se fixe comme objectif d'apporter des éléments de réponse à ces questions. La discussion s'articule autour de deux parties : la première montrera la place de la RPP dans la littérature ; la seconde s'appuiera sur deux modèles théoriques français pour la circonscrire au champ de l'entrepreneuriat.

¹ Dans les recensements statistiques de l'INSEE, la RPP n'est pas identifiée en tant que telle dans la mesure où elle est soit incluse dans les chiffres de création d'entreprise au sens large, soit confondue parmi les opérations de croissance externe. De plus, certaines RPP, basées sur la création d'un holding, sont enregistrées dans les créations pures. Pour améliorer, entre autres, le dispositif, la création d'un observatoire de la reprise, avec la participation de l'APCE, est en projet.

² Le volet n°5 du projet de loi Dutreil (2003) porte sur le développement des entreprises et leur transmission. La reprise en tant que telle n'est pas abordée.

1. La RPP dans la littérature entrepreneuriale : une place à la fois modeste et ambiguë

Nous montrons, dans un premier temps, que la RPP, en tant que telle, a été rarement abordée par les chercheurs, ou tout au moins, rarement au regard du champ de l'entrepreneuriat. C'est pourquoi, nous proposons notre contribution à la discussion (1.1). Bien qu'appréhender la figure du repreneur par le biais de l'entrepreneur soit un moyen d'inscrire la RPP dans le champ de l'entrepreneuriat, rien, dans la revue de la littérature, ne permet de trancher sur ce sujet (1.2).

1.1. Des carences ou imprécisions dans les efforts de délimitation de la RPP

Le périmètre de la RPP en tant que telle a rarement été défini de manière scientifique. En 1988, pourtant, Carland, Hoy et Carland se demandaient si « l'achat d'une affaire n'inclut pas une activité entrepreneuriale » et si « les repreneurs doivent être exclus des études sur l'entrepreneuriat » (p 36). Depuis cette question laissée sans réponse, la littérature académique s'est peu intéressée à la RPP à l'exception de Siegel (1989) et Donckels (1995) (1.1.1). Partant, le travail doctoral de Deschamps (2000) propose une délimitation (1.1.2).

1.1.1. Constats dans la littérature académique

Donckels (1995) traite des difficultés de l'opération et se focalise sur les reprises d'affaires familiales. Siegel (1989), en délimitant le concept, ne cherche pas à le rapprocher de l'entrepreneuriat ; tout au plus compare-t-il l'opération à la création d'entreprise. La RPP n'est pas étudiée par ces auteurs sous son angle entrepreneurial mais plutôt comme une opération stratégique.

Le champ portant sur l'entrepreneuriat s'est développé en mettant en exergue la création d'entreprise et ses diverses formes (pmisation, essaimage, franchise, création ex nihilo, ...) comme pratique exclusive. Gartner (1990) a interrogé, en utilisant la méthode Delphi, des spécialistes du champ de l'entrepreneuriat pour tenter de mettre en évidence une définition commune de l'entrepreneuriat. Les attributs décrivant le mieux l'entrepreneuriat concernent la création d'organisation et l'innovation. Acheter une affaire existante ou le LBO (leverage by out) figurent dans les caractéristiques les plus négligeables pour les participants à l'enquête (p 20). Julien et Marchesnay (1996) considèrent également l'intégration de la reprise dans le champ de l'entrepreneuriat de manière nuancée : l'innovation étant, pour ces auteurs, la clé de voûte de l'entrepreneuriat, le repreneur entrepreneur achète une entreprise pour la transformer, conformément à son idée qui a déclenché l'acte. Le repreneur doit donc avoir une vision précise de l'évolution de la cible, une fois qu'il l'aura achetée. Ici encore, c'est plutôt le caractère stratégique de l'opération qui est mis en avant.

L'étude de la littérature montre ainsi la rareté avec laquelle le sujet a été traité. Une analyse orientée vers les recherches anglo-saxonnes nous amène à nous interroger sur la réalité d'une telle pratique en dehors de la France : le terme même de RPP ne trouve pas son équivalent en anglais. Donckels (1995) utilise le terme « take-over » qui correspond en réalité à la croissance externe. Il semble que ce type d'opération n'existe guère aux Etats-Unis où un créateur d'entreprise multiplie ses efforts pour dynamiser son activité et lui apporter une croissance importante dans l'optique de la revendre rapidement à une autre entreprise. Les repreneurs américains s'associent à d'importants investisseurs et ont pour mission de faire progresser les entreprises afin de dégager de coquettes plus-values pour leurs partenaires. Ces repreneurs ne sont, par conséquent, ni propriétaires des entreprises qu'ils achètent, ni libres dans leur gestion. Ces problématiques semblent assez éloignées de celles que nous tentons de cerner en France. Ce constat est confirmé par Birley (1997), qui explique que les cédants américains cherchent à vendre à une autre entreprise, à un investisseur ou à un « business angel ».

Enfin, en France, quand les travaux portent sur la transmission, ou la reprise d'entreprise, les repreneurs, personnes physiques sont rarement représentés.

Ces différents constats nous ont motivée pour mener une réflexion sur le sujet et proposer une délimitation du phénomène.

1.1.2. Un essai de délimitation

La définition de la RPP s'avère délicate dans la mesure où plusieurs notions s'y rattachent : celles de propriété et donc de pouvoir, de sauvetage d'entreprises en difficultés, de rachat de tout ou partie du capital de la cible ou de tout ou partie de son exploitation. La délimitation de la reprise par rapport aux notions de « transmission », de « création » et de « croissance externe » se pose également. Notamment, les holdings créés comme montage financier, pour permettre l'acquisition, ou les structures juridiques constituées pour limiter les risques personnels, correspondent-ils à des RPP ?

Créer un holding pour consolider le montage financier d'une personne physique dans son dossier de reprise, peut correspondre à la RPP plutôt qu'à de la croissance externe. Il en va de même pour la reprise sous forme de SCOP, à l'occasion de laquelle plusieurs repreneurs s'associent. Une telle structure limite les risques de chaque associé et garantit un accompagnement par le mouvement des SCOP. Les relais ainsi constitués le sont pour la RPP et conduisent à limiter les risques personnels de la personne physique.

Peut-on, dans ces conditions, qualifier le rachat, opéré par une SARL de deux employés, d'une entreprise de taille équivalente, de RPP ? La différence tient au fait que le rachat est réalisé au nom de la personne morale, et non de la personne physique : la structure est juridiquement constituée et fonctionne déjà depuis plusieurs exercices. Cet exemple est considéré comme de la croissance externe car la première entité rachète la seconde pour des effets de synergie, ou pour toute autre raison possible parce qu'il s'agit déjà d'une structure existante. Le (ou les) repreneur(s) – personne physique – acquiert(en)t une entité pour des motifs qui lui (leur) sont propres. Il(s) agit(ssent) en tant qu'individu(s) avec ses (leurs) contraintes, son (leur) passé, ses (leurs) ressources et ses (leurs) projets. Un associé peut se trouver majoritaire, ce qui lui assignerait un rôle de repreneur ayant un poids plus important que les autres alliés. Il en va de même pour le montage financier qui s'appuie sur un holding : si cette structure tampon n'est détenue que par une seule personne, alors le repreneur est l'actionnaire du holding. En revanche, si le holding est détenu par deux ou plusieurs personnes physiques, l'actionnaire majoritaire a plus de poids dans le rachat que les autres partenaires.

Un repreneur – personne physique – n'est pas automatiquement propriétaire majoritaire, tout comme il n'assume pas automatiquement la gestion de la firme qu'il acquiert, c'est le cas pour des investisseurs qui espèrent capitaliser leur argent, sans s'impliquer dans l'entreprise et que nous ne considérons pas comme entrepreneurs. Pour être reconnu comme entrepreneur, l'individu doit assumer la responsabilité des risques (Brazeal et Herbert, 1999). Le repreneur de notre étude - personne physique - doit s'impliquer dans la structure qu'il achète et en devenir le chef d'entreprise, celle-ci étant juridiquement indépendante. Le repreneur ne possédait donc pas d'entreprise au préalable ou alors n'en était pas le dirigeant.

Autrement dit, la personne physique qui constitue la catégorie de repreneur qui nous intéresse se définit comme un nouveau propriétaire-dirigeant, seul ou abrité derrière une structure limitant ses risques personnels, qui achète, de manière onéreuse, une cible en fonctionnement.

Sur le plan conceptuel, on est ici devant une difficulté à laquelle nous répondons en privilégiant les questions pragmatiques de repérage concret des cas de RPP. En effet, l'entrepreneuriat n'oblige pas la propriété. Depuis Schumpeter, un entrepreneur n'est pas forcément le propriétaire de l'entité. De plus, la prise de risque peut être relativisée (elle est très subjective et n'est pas forcément perçue par celui qui entreprend). Mais dans notre recherche doctorale (2000), propriété et implications personnelle et financière ont été des critères permettant le ciblage empirique des cas de notre étude. En l'absence de ces critères, la délimitation de la RPP reste conceptuellement possible mais ce repérage devient très délicat et pourrait renvoyer, sous certains aspects, à l'intrapreneuriat avec lequel la RPP peut entretenir des relations. En effet, en nous référant au modèle de Verstraete (1999, 2003), l'impulsion d'une organisation est à l'initiative d'un individu pouvant être en charge de cette mission pour le compte d'une autre entreprise qui l'emploie.

Pour Siegel (1989), seule l'acquisition de la propriété permet de qualifier une opération de reprise. Le pouvoir, à travers un contrôle suffisant du capital, ainsi obtenu assure la possibilité de décisions stratégiques. Le Vigoureux (1997) définit deux principes de la propriété privée :

- l'exclusivité absolue de l'usage du bien : ce principe incite celui qui contrôle une ressource à consacrer le maximum d'efforts personnel pour l'exploiter de la façon la plus efficace possible, compte tenu de ses capacités et aptitudes personnelles ;

- la libre transférabilité de ce droit : ce principe oriente le contrôle de ses ressources vers ceux qui sont susceptibles d'en faire le meilleur usage.

Dans le cadre de la reprise, au regard de ces deux principes, les fonctions de décision (direction), de contrôle (surveillance) et d'assomption du risque sont le fait d'un individu unique: le repreneur. En associant la propriété au cas de la RPP nous nous approchons finalement d'un phénomène résolument entrepreneurial.

La consultation des travaux plus anciens et les tentatives de rattachement de la RPP à l'entrepreneuriat restent sinon fragiles, du moins insuffisamment étayées sur le plan théorique. Notre définition propose une première délimitation pouvant être élargie conceptuellement, elle n'est qu'une étape, mais offre d'ores et déjà l'avantage d'autoriser une démarche empirique sûre.

1.2. Des voies d'entrée « entrepreneuriales »

Selon Sharma et Chrisman (1999) : « l'entrepreneuriat inclut les actes de création d'organisation, de reprise ou d'innovation dans, ou à l'extérieur, d'une organisation existante » (p 17). Cette définition inclut la reprise comme une voie entrepreneuriale. La reprise comme phénomène entrepreneurial se manifeste néanmoins dans des situations très différentes. En effet, qu'y a-t-il de commun entre la reprise d'une boucherie employant un apprenti, le rachat d'une tannerie ayant plus de 100 ans et mobilisant 125 personnes, l'acquisition d'une entreprise en difficulté et la création d'une SCOP entre salariés pour racheter la firme qui les emploie ? L'esprit d'entreprise, l'initiative individuelle (ou collective dans certains cas), l'accession à la fonction de dirigeant par l'argent et, la plupart du temps, un choix véritable pour la reprise d'entreprise constituent des éléments de réponse. La RPP est partie intégrante du champ de l'entrepreneuriat si on la considère comme l'acquisition d'une affaire (1.2.1) ou si elle est étudiée à partir de l'acteur (1.2.2).

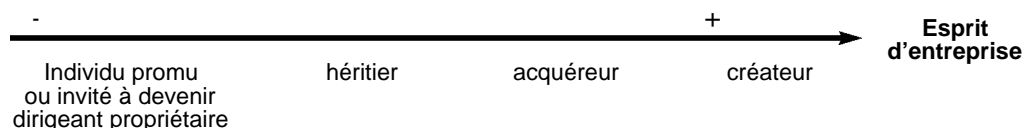
1.2.1. Les voies d'entrée par le canal de l'acquisition d'une affaire

Varlet (1996) retrace l'historique sémantique du mot « entreprendre » et donne comme définition : « se rendre maître de ». Le repreneur entreprendrait alors quand il acquiert une entreprise, car en devenant le propriétaire, il « s'en rend maître », c'est-à-dire qu'il va s'impliquer dans sa gestion et manager la reprise de telle sorte qu'il soit considéré comme le dirigeant. L'événement entrepreneurial, comme moyen d'accès à l'entreprise, suffirait donc pour définir l'entrepreneur. Lacasse (1990) entend par « événement entrepreneurial » le fait qu'une personne « décide de créer ou d'acheter une entreprise d'une part, et d'accéder à la propriété d'une entreprise sur invitation ou d'accepter la direction et la propriété d'une entreprise obtenue par héritage d'autre part » (p 114).

L'auteur s'appuie sur Cooper et Dunkelberg (1986) qui identifient quatre types d'événements entrepreneuriaux : la création d'entreprise, l'achat d'une entreprise existante, l'accession à une entreprise familiale par succession et l'accession à une entreprise existante sur invitation. Ces deux chercheurs admettent toutefois que l'intensité de l'esprit d'entreprise variera selon la forme d'accès à la propriété. Nous l'extrapolons à la RPP sur la figure 1.

Figure 1

Le continuum de l'intensité de l'esprit d'entreprise selon la forme d'accès à la propriété



Le créateur se caractérise ainsi par un esprit d'entreprise plus marqué que l'héritier qui devient dirigeant d'une entreprise dans laquelle il peut ne pas s'être impliqué auparavant.

Fayolle (1996), dans sa thèse, s'est particulièrement intéressé aux comportements entrepreneuriaux, qu'il définissait comme un « ensemble des variables décrivant une orientation, une décision, une action qui conduisent un acteur à s'engager dans une démarche de création, reprise d'entreprise ou développement d'entreprise en s'investissant à titre individuel » (p 96).

Si l'intégration de la RPP dans le champ de l'entrepreneuriat n'est pas présentée comme une évidence, l'opération est néanmoins citée et associée à ce champ de recherche de manière plus ou moins directe. Ces constats ne sont toutefois pas suffisants pour asseoir notre propos. Dans la mesure où les travaux sur l'entrepreneur ont précédé l'émergence de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche (Verstraete, 2002), on peut se demander si le repreneur, c'est-à-dire celui qui devient dirigeant par une opération de rachat, peut être entrepreneur. Au regard de la littérature, la réponse est relativement aisée.

1.2.2. Les voies d'entrée par le canal de la figure du repreneur-entrepreneur

Un dirigeant de petite entreprise est un individu qui établit et gère une affaire dans le but principal de réaliser des objectifs personnels. L'entreprise doit être sa première source de revenu et il y consacre la majorité de ses ressources et de son temps (Carland, Hoy, Boulton et Carland, 1984). Le repreneur s'implique totalement dans la gestion de son affaire. Toutefois, il doit en plus être indépendant dans sa gestion, impliquant le fait qu'il soit propriétaire pour les questions de repérage empirique évoquées précédemment. Ces dirigeants sont préoccupés par leur capital personnel et font tout pour pérenniser leur entreprise. Pour Gartner (1990), la direction et la propriété sont souvent rapprochées de l'entrepreneuriat (p 26), rendant entrepreneuriale la reprise. Le repreneur, dans ces conditions, est un entrepreneur propriétaire dirigeant.

L'entrepreneur agit d'une façon singulière : il entreprend. Dès lors, le repreneur entreprend-il ? Davidson (1989) définit quatre caractéristiques de l'entrepreneur : (1) L'entrepreneur peut ou non être le créateur d'un nouveau produit, l'essentiel est qu'il reconnaisse la valeur d'une idée et l'exploite activement ; (2) l'entrepreneur exploite l'idée en créant ou en développant une affaire, alors qu'il est parfois un dirigeant d'entreprise ; (3) l'entrepreneur peut ou non supporter le risque financier. Toutefois un investisseur passif n'est pas un entrepreneur, même si l'idée est risquée : l'engagement actif est requis ; (4) tous les dirigeants de petites affaires ne sont pas des entrepreneurs : pour être qualifiés de tels, ils doivent être orientés vers la poursuite d'un changement. Nous expliquons dans le tableau 1 en quoi ces caractéristiques semblent correspondre au repreneur-personne physique et par extension à la RPP. En effet, l'auteur élimine des attributs, jugés indispensables à d'autres chercheurs, pour qualifier l'individu d'entrepreneur. Ainsi en est-il du fait de ne pas être à l'origine de l'idée exploitée, de ne pas être le fondateur de l'entreprise dirigée, de gérer une entité qui a fonctionné auparavant sans lui. L'opération ainsi décrite semble correspondre à la reprise (Cf. tableau 1).

Tableau 1
L'entrepreneur - repreneur d'entreprise

Propos de Davidson	Extrapolation à la RPP
L'entrepreneur peut ne pas être à l'origine de l'idée qu'il exploite.	<ul style="list-style-type: none"> • Le repreneur achète une entreprise et une idée existantes, ayant un « vécu », un savoir-faire. • Grâce à la reprise, il peut, par effet de synergie avec le(s) activité(s) de la cible, initier une nouvelle idée.
L'entrepreneur peut exploiter l'idée en développant une affaire, devient alors dirigeant d'entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> • Le repreneur acquiert une cible et la gère en tant que dirigeant. • Certains repreneurs chercheront le développement et la croissance de la cible, alors que d'autres se contenteront de la faire vivre de manière pérenne.
L'entrepreneur peut ou non supporter le risque financier mais l'engagement actif est requis.	<ul style="list-style-type: none"> • Le repreneur qui prend la gestion d'une firme sans implication financière peut être considéré comme entrepreneur. • Le repreneur devenant propriétaire et dirigeant étant encore plus considéré comme entrepreneur.
Le dirigeant d'une petite affaire est qualifié d'entrepreneur s'il poursuit un changement.	<ul style="list-style-type: none"> • Le repreneur qui apporte du changement dans la cible achetée est considéré comme un entrepreneur. • Le repreneur qui ne connaissait pas le cédant au préalable, est plus susceptible d'apporter des modifications à l'entreprise que l'héritier naturel du vendeur qui va, dans la majorité des cas, continuer le même mode de gestion.

D'autres auteurs emploient très clairement le terme de reprise d'entreprise dans les définitions ou les caractéristiques attribuées aux entrepreneurs. Ainsi en est-il de Sharma et Chrisman (1999), pour lesquels les entrepreneurs sont des individus ou des groupes d'individus, qui agissent indépendamment ou en tant que partie d'un système, qui créent des organisations, les reprennent ou innovent dans une firme existante ; ou de Julien et Marchesnay (1996) quand ils affirment que « l'entrepreneur est reconnu comme tel lorsqu'il crée ou reprend une entreprise à partir d'une idée ». Filion (1997) intègre, pour sa part, deux repreneurs dans sa typologie d'entrepreneurs : le séducteur et le converti. Le premier représente l'archétype du repreneur « professionnel » médiatisé des années 80, qui achète une entreprise pour la revendre dans le but d'augmenter son profit personnel. Le converti traduit l'esprit de l'individu reprenant pour réaliser un rêve. Le repreneur est donc bien identifié en tant qu'entrepreneur dans la littérature. Peut-on cependant tous les considérer comme des entrepreneurs ?

La réponse est négative pour Filion (1997) : « plusieurs propriétaires-dirigeants ont acquis une entreprise sans l'avoir créée, n'ont pas apporté de changements significatifs et n'ont pas une vision de ce qu'ils veulent faire, n'ont développé ni de nouveaux marchés ni de nouveaux produits et gèrent au jour le jour, prenant des décisions au sujet d'activités de gestion courantes, mais sans avoir ni de vision, ni de plan d'ensemble, ni de but précis bien articulé. On ne peut qualifier ces propriétaires-dirigeants d'entrepreneurs : ce sont des propriétaires-dirigeants de PME qui ne jouent pas un rôle particulièrement entrepreneurial » (p 152). A ce stade de notre réflexion, nous constatons en effet que certaines définitions incluent la pratique de la RPP, d'autres l'ignorent ou affirment que le repreneur ne peut être considéré comme un entrepreneur.

Là encore, l'inscription sous certaines conditions de la RPP dans le champ de l'entrepreneuriat n'est pas satisfaisante. Dans un premier temps, nous avons montré les carences ou imprécisions dans les tentatives de définitions ; ensuite, malgré des voies d'entrées entrepreneuriales, à travers l'acteur, ou le rachat d'une affaire, l'intégration de la RPP dans le champ de l'entrepreneuriat n'est pas démontrée. Il est nécessaire de recourir à des supports théoriques qui balisent le domaine. Notre propos consiste, par conséquent, à inscrire la RPP (ou plutôt certaines formes de reprise) dans l'entrepreneuriat et donc à déterminer les conditions qui font du repreneur un entrepreneur.

2. A la recherche de cadres théoriques d'intégration de la RPP dans le champ de l'entrepreneuriat

Les cadres théoriques précédents ne permettant pas de trancher sur la question « la RPP est-elle entrepreneuriale ? », nous avançons dans la contribution sur la base de deux modèles qui délimitent le champ de l'entrepreneuriat (Bruyat, 1993) (2.1) et le phénomène entrepreneurial (Vertsraete, 1999) (2.2).

2.1. La RPP à l'épreuve de la grille de lecture dialogique de C. Bruyat (1993)

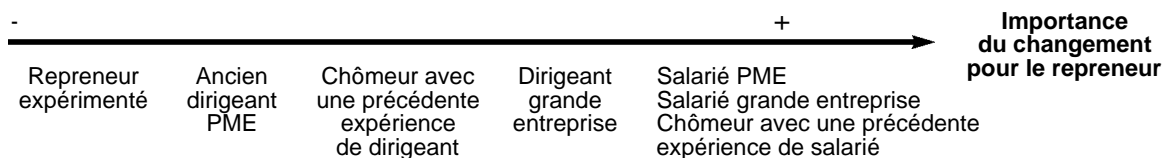
Les différentes contributions présentées reconnaissent le repreneur comme un entrepreneur ou la reprise comme un événement entrepreneurial. Pour Bruyat (1993), cet événement implique un individu vivant un changement important³. Autrement dit, un individu sera considéré comme entrepreneur dès lors qu'il vivra un changement par rapport à sa situation antérieure. Sur cette base, nous positionnons la RPP à partir de la dialogique individu / création de valeur (2.1.1), puis nous illustrons sous forme de mini-cas les trajectoires des entrepreneurs repreneurs (2.1.2).

2.1.1. La dialogique changement pour l'individu – création de valeur

Dans le cadre de la reprise, le changement pour l'individu est plus ou moins important selon le précédent statut du repreneur, mais également en fonction de ses liens avec la cible (l'entreprise rachetée). Ainsi, deux continuums caractérisent le changement vécu par les repreneurs - personnes physiques (figures 2 et 3).

Figure 2

Le continuum du changement vécu par le repreneur selon son statut professionnel antérieur

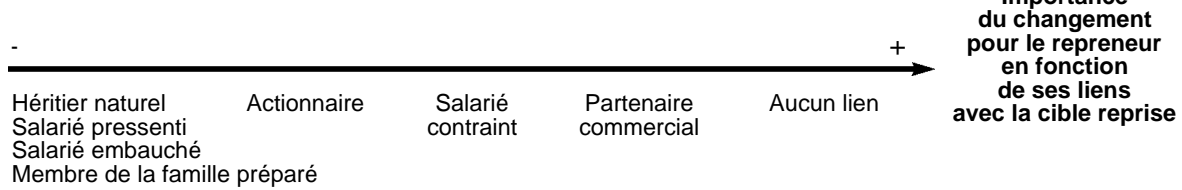


Les repreneurs expérimentés s'exercent à racheter des entreprises pour les dynamiser et les revendre. L'apprentissage aidant, ils ne connaissent pas de changement dans leur statut social en acquérant une entreprise, si ce n'est le fait de s'enrichir, si possible, à chaque opération réussie. L'ancien dirigeant de PME vit une expérience nouvelle en devenant repreneur, mais il a déjà exercé la fonction de dirigeant, en tant que propriétaire ou non. Au fait de la gestion d'une entreprise de petite taille, le changement sera moins flagrant pour lui que pour l'ancien dirigeant d'une grande entreprise. Les dimensions sont différentes, chaque type d'entreprise ayant ses spécificités. L'ampleur du changement est élevée si le repreneur est à la recherche d'un emploi au moment du rachat, mais de façon moins approfondie si le repreneur justifie d'une expérience antérieure de dirigeant de PME. Enfin, ce sont les repreneurs qui étaient préalablement salariés (non dirigeants) qui vont connaître les changements les plus profonds. Non seulement ils deviennent propriétaires d'entreprises, mais en plus gestionnaires et managers d'une équipe existante. D'autres types peuvent également entrer dans cette catégorie tel l'étudiant, mais nous avons choisi de représenter les cas les plus plausibles et les plus courants. Diverses situations viennent se combiner à ces types de changement : elles se rapportent à la connaissance préalable de la cible (c'est-à-dire l'entreprise rachetée) par le repreneur.

³ Ce n'est pas la seule dimension du modèle, l'autre étant l'apport de valeur nouvelle, que nous abordons dans la suite du texte.

Figure 3

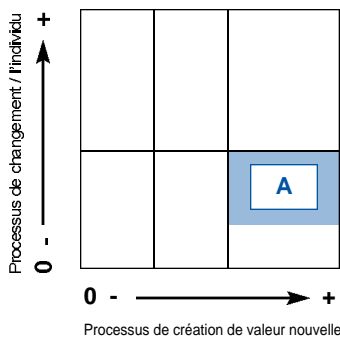
Le continuum du changement vécu par le repreneur selon ses liens avec la cible



Le changement sera d'autant plus remarquable pour le repreneur qu'il n'est pas familier avec la cible. L'héritier naturel, ou le membre de la famille du cédant (plus éloigné) mais qui a été préparé à la reprise, le salarié embauché dans l'optique du rachat ou celui pressenti et préparé depuis quelques années à reprendre la suite de son patron, même s'ils subissent un changement de statut professionnel, ont l'avantage de connaître l'entreprise pour y avoir travaillé ou avoir été préparé à la nouvelle situation. Le changement sera donc pour eux moins profond que pour le partenaire commercial qui connaît l'entreprise de l'extérieur. En revanche, un salarié contraint de reprendre une structure pour ne pas se trouver sans emploi, ne s'est pas préparé à la reprise ; tout en connaissant l'entreprise, il ne bénéficie pas du savoir en matière de management. Il en est de même de l'ancien actionnaire non impliqué dans la gestion qui rachète des parts pour devenir majoritaire et prendre la direction de l'entreprise, à la différence qu'en tant que détenteur de capitaux, il est plus au fait de la gestion de la firme.

La création de valeur est la seconde dimension de la matrice proposée par Bruyat (1993). Elle est ambiguë pour la RPP car on ne connaît ni la nature de cette valeur, ni ses destinataires. Appliquée à la RPP, cette notion renvoie à la poursuite de la valeur créée et à son développement. La création de valeur peut exister pour le repreneur (amélioration de son statut par rapport à la situation antérieure), pour le marché si le repreneur impulse une nouvelle idée d'output, ou pour l'organisation reprise avec le souffle apporté par la présence d'un nouveau dirigeant dans l'entité rachetée. Sur la base de la notion de double changement vécu par l'individu et par l'entreprise, il apparaît que certains repreneurs ont un comportement entrepreneurial plus marqué que d'autres. Nous illustrons à travers quatre exemples quatre dialogiques différentes de repreneurs (Cf. figures 4, 5, 6 et 7).

Figure 4. La dialogique A

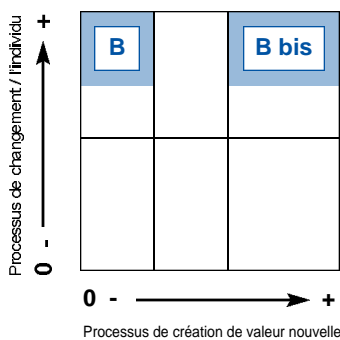


Exemple A. – L'expert en reprise d'entreprises en difficulté

L'individu dont le métier consiste à reprendre des entreprises en difficulté ne connaît pas de changement individuel très marqué. En revanche, il identifie les causes de défaillance et redresse l'entreprise. Il crée alors de la valeur pour l'environnement, le marché, la firme, le personnel et pour lui-même

→ changement faible, création de valeur nouvelle forte.

Figure 5. La dialogique B



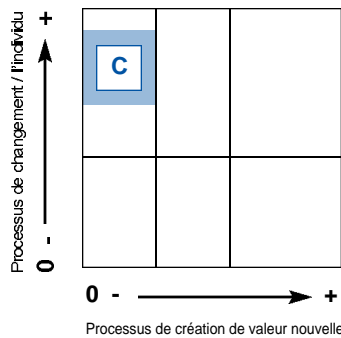
Exemple B. – L'ancien cadre

L'ancien cadre d'un grand groupe qui reprend un bureau de tabac connaît un changement très profond dans sa vie professionnelle et personnelle. En revanche, n'étant pas familier avec ce type de commerce, il ne crée pas de valeur nouvelle : le bureau de tabac existait avant lui et avait une clientèle d'habitues et la situation a perduré après la reprise. En revanche, s'il modifiait un aspect de l'activité (ouverture le dimanche, PMU par exemple), de la valeur nouvelle serait créée (B bis).

→ changement très fort, création de valeur faible, voire nulle (B).

→ changement très fort, création de valeur forte (B bis).

Figure 6. La dialogique C

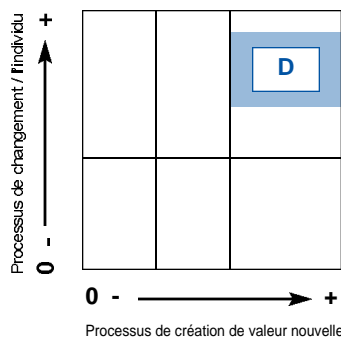


Exemple C. – Le salarié contraint

N'ayant pas trouvé d'autre repreneur, le cédant propose la direction de son entreprise à l'un de ses salariés : en cas de refus de sa part, l'entreprise ferme. Contraint, le repreneur accepte de s'impliquer dans la gestion de l'entreprise, mais n'étant pas préparé et subissant ce nouveau statut, il se contente de continuer la gestion précédente sans dynamisme.

→ changement fort, moins fort que dans le cas B car le repreneur connaît la cible ; création de valeur nouvelle inexistante.

Figure 7. La dialogique D



Exemple D. – Le projet de vie

L'individu a bien préparé son projet de reprise : il a mené sa formation, son expérience professionnelle et sa vie personnelle dans la perspective d'un rachat d'entreprise. Son rêve consistait à devenir propriétaire-dirigeant, expérience qu'il ne connaissait pas ; afin de s'épanouir avec ce rachat, il recherche la croissance de sa cible.

→ changement fort, création de valeur forte.

Au regard de la circonscription du champ de l'entrepreneuriat par Bruyat (1993, p 70), et appliquée à notre objet de recherche, pour être entrepreneuriale, l'opération de reprise doit se situer dans la zone qui procure un changement, même faible, mais significatif au repreneur. Notre exemple A se trouve, par conséquent, d'emblée exclu car il illustre une situation dans laquelle le rachat ne procure pas de changement au repreneur. La reprise constitue un métier pour le repreneur qu'il réplique régulièrement. Seuls les cas B bis et D sont susceptibles d'être considérés comme opération entrepreneuriale par l'ensemble de la communauté scientifique sur l'entrepreneuriat. B bis se caractérise par un changement important pour l'individu (l'ancien cadre d'un grand groupe qui acquiert un bureau de tabac et un processus de création de valeur non négligeable (le repreneur ajoute une activité PMU)). Le cas D illustre un changement fort pour l'individu et une création de valeur (recherche de la croissance de la firme). Nous ne confirmons en revanche pas le rejet du cas A qui se trouve, du fait de la dimension « création de valeur » accepté comme faisant partie du champ (le changement pour l'individu est faible). Les cas B et C sont plus ambigus car, dans la mesure où aucune valeur nouvelle n'est créée, ils sont intégrés dans une zone plus floue que de nombreux chercheurs considèrent ne pas faire partie du champ.

1.2.2. Les trajectoires des entrepreneurs - repreneurs

Un repreneur, considéré comme entrepreneur, le reste-t-il ? Le statut et l'éventuelle création (ou poursuite) de valeur qui résultent de l'initiative du repreneur sont susceptibles de ne pas persister : la nouveauté pour l'acheteur ou son changement de statut s'amenuisent au fur et à mesure que le temps passe. Perd-il pour autant son statut d'entrepreneur ? En nous référant ici encore à Bruyat (1993), nous proposons deux mini-cas pour illustrer les dynamiques suivies par les repreneurs.

Mini-cas 1

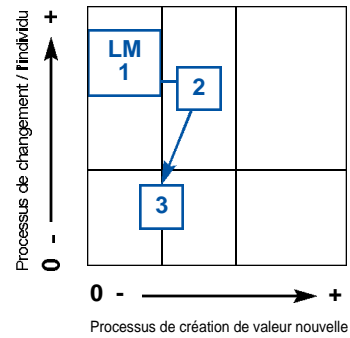
LM est responsable de l'activité « petits devis » d'un cabinet d'ingénierie spécialisé dans le bâtiment. Salarié depuis une quinzaine d'années, il collabore avec un responsable « gros œuvre », neveu du dirigeant de l'entreprise. Depuis son embauche, il avait toujours été prévu que le neveu prenne la suite de la direction de l'entreprise. Le patron, âgé de 63 ans, et malgré l'impatience de son neveu, tarde à laisser son entreprise. Exaspéré et considérant avoir trop attendu, après une longue période de conflits dus à ce problème de transmission, le neveu démissionne et se retire de l'entreprise. Le dirigeant se tourne alors vers ses concurrents pour céder son affaire, mais sans succès. Il voit arriver la perspective de la fermeture de son entreprise car, suite à des problèmes de santé, il doit maintenant se désengager rapidement. En ultime solution, il propose la direction de son entreprise à LM qui, jusque-là, ne s'était jamais manifesté, la fonction de dirigeant ne l'intéressant absolument pas. Toutefois, devant la perspective de la fermeture du bureau d'études, LM se résigne à reprendre l'affaire avec pour seule motivation la sauvegarde des emplois de ses collaborateurs. Malheureux, car ne se sentant pas l'âme d'un patron, il informatise l'entreprise et se contente de fidéliser les clients mais ne cherche pas la croissance de l'entreprise, croissance qu'il ne se sentirait pas capable de maîtriser.

→ LM reprend l'entreprise dans laquelle il était salarié ; le changement est important pour lui, car, même s'il était responsable d'une partie de l'activité, il était très éloigné des aspects de gestion de l'ensemble de l'entreprise. La phase 1 correspond à l'événement entrepreneurial et pour l'environnement peu de choses ont changé. En commençant par informatiser l'entreprise, LM a contribué à apporter une petite valeur supplémentaire à la firme. Améliorant la qualité du travail fourni, elle pourrait également constituer une faible création de valeur pour l'environnement (2). A terme, ne recherchant pas la croissance, la création de valeur est inexistante, mais supérieure à une perte de valeur, entraînée par la fermeture de l'entreprise (3).

Bien que restant dans l'entreprise et connaissant une responsabilité de management, il change son statut en devenant propriétaire-dirigeant (1 et 2).

Changement qui disparaît petit à petit, suite à l'apprentissage de la fonction (3). Ayant repris de manière contrainte, LM se contente d'occuper sa fonction de dirigeant d'entreprise, sans chercher de croissance pour son entreprise. Il n'y a pas création de valeur nouvelle, ni impulsion d'organisation et le changement s'est réduit progressivement. En phase 3, LM n'est par conséquent plus considéré comme entrepreneur.

Figure 8. Trajectoire de LM



Mini-cas 2

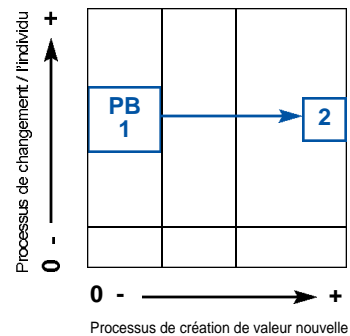
PB est un autodidacte. Il quitte ses études aussitôt le baccalauréat en poche pour entrer en tant que commercial dans une entreprise d'électricité. Il passe par les étapes de technico-commercial, responsable de terrain, responsable des ventes pour terminer responsable commercial. A l'âge de 30 ans, il ressent le besoin de changer d'optique professionnelle. Il sait qu'en restant dans son entreprise, il n'a plus de perspective d'évolution. Il ne se sent pas capable de créer une entité, aussi se tourne-t-il vers la reprise pour devenir patron. Pour préparer son projet, il suit une maîtrise de gestion (sur dérogation) en formation continue et oriente son mémoire sur les organismes intervenant sur le marché de la transmission. Il prospecte ainsi pour lui en même temps qu'il écrit son mémoire. C'est d'ailleurs grâce à un cabinet de transmission qu'il est mis en relation avec le cédant d'une entreprise d'enseignes. L'affaire se conclue relativement rapidement et son objectif consiste à relever le challenge d'une progression annuelle constante du CAet de la rentabilité de l'entreprise. Quatre ans plus tard, l'objectif est rempli : l'entreprise a déménagé, le matériel est entièrement renouvelé, une filiale est créée et cinq personnes ont été embauchées.

→ PB passe d'un statut de directeur commercial à celui de dirigeant d'une PME. Il a entrepris des études de gestion pour se préparer à cette fonction. Le changement pour lui est donc important, d'autant plus qu'il ne connaissait pas le secteur dans lequel il a repris (1). Par la suite, il développe tellement son entreprise que la gestion s'en trouve modifiée : il ne connaît pas encore de routine, devant toujours s'adapter (2). La fin du changement pourrait subvenir dans l'avenir quand la firme aura pris sa vitesse de croisière.

Au moment, de la reprise, la création de valeur est inexistante (événement entrepreneurial) (1) mais elle est considérablement développée dans les premières années suivant le rachat (2).

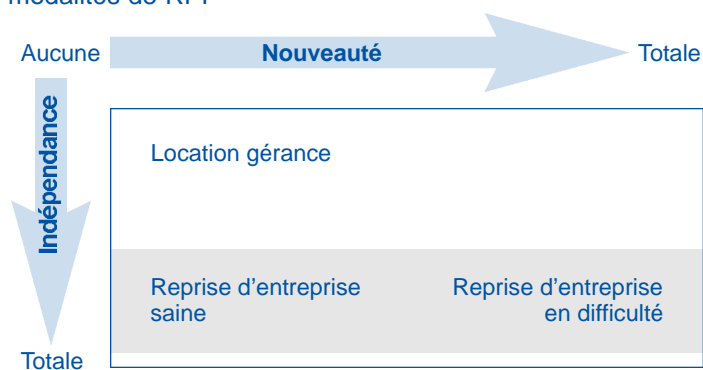
PB demeure entrepreneur : la création de valeur qu'il a impulsée contribue à ce que le changement qu'il a initié perdure.

Figure 9. Trajectoire de PB



La matrice de Bruyat (1993) nous paraît en conclusion intéressante car elle permet de positionner différentes histoires de reprise et de matérialiser le degré d'entrepreneuriat pour chacune d'elles. Ce cadre théorique est susceptible de servir de référence pour la RPP. Une autre matrice du même auteur nous est utile pour délimiter les catégories de RPP entrepreneuriales. Elle repose sur deux dimensions : l'indépendance et la nouveauté de l'activité de l'entreprise. Les modalités de reprise doivent permettre au repreneur d'acquérir des moyens de production combinés et en fonctionnement, de manière indépendante (zone grisée de la figure 10). Ce critère tient compte de l'indépendance juridique (la majorité du capital n'est pas détenue par une autre organisation) et de l'indépendance économique (Bruyat, 1993, p 94). Dans le cadre de la RPP, ces conditions semblent nécessaires pour que le repreneur puisse effectivement impulser une organisation sur la base de l'entité rachetée. La zone grisée correspond aux catégories de reprise qui nous intéressent : l'indépendance du repreneur est totale, le changement pour lui est important et la nouveauté existe du fait même du changement de dirigeant dans la cible, nouveauté de management, nouveauté relationnelle, nouveauté d'activité.

Figure 10 – Les modalités de RPP



Au regard de ce qui a été développé auparavant, la nouveauté n'est pas évidente en termes de reprise, à l'exception du rachat des entreprises en difficulté. La nouveauté est, en effet, nécessaire pour redresser la situation. En ce qui concerne la seconde dimension, nous venons de souligner que le reprenneur doit être indépendant (juridiquement et économiquement), mais certaines modalités de reprise empêchent cette autonomie. Ainsi en est-il de la location-gérance puisque pendant toute sa durée, le locataire-gérant verse des redevances (loyers) au bailleur (le propriétaire). La location-gérance ne constitue donc pas, en elle-même, un mode de reprise de l'entreprise, mais elle le devient quand, à l'expiration de son terme, l'entreprise est rachetée par le locataire-gérant, soit sous la forme d'achats d'actifs, soit sous la forme d'achats des titres sociaux (actions ou parts sociales) quand l'entreprise est exploitée sous forme de société. La location-gérance contraint, d'une certaine manière, l'acheteur à être dépendant du propriétaire du fonds.

Il semble que l'utilisation de la grille de Bruyat pour qualifier la RPP d'opération entrepreneuriale présente quelques limites. En effet, il peut exister certains cas de reprises de nature entrepreneuriale mais qu'il nous est impossible de positionner sur les matrices, notamment lorsqu'il y a impulsion d'organisation sur la base de l'entité existante. Aussi, il apparaît nécessaire, dans l'optique de l'événement entrepreneurial, d'inscrire la RPP dans le champ non plus en référence au changement pour l'individu et à la création de valeur, mais adopter une perspective envisageant l'entrepreneuriat comme un phénomène. Le modèle de Verstraete va pour cela être mobilisé.

2.2. Les possibilités d'utilisation de la modélisation conceptuelle de T. Verstraete (1999)

Les deux mini-cas précédents montrent que si le reprenneur connaît un changement immédiat de statut en passant de sa précédente fonction à celle de reprenneur d'entreprise et donc de nouveau dirigeant de la cible, il ne peut en revanche enregistrer automatiquement de création de valeur pour l'organisation et l'environnement.

Verstraete propose de compléter l'approche de Bruyat « peut-être davantage descriptive (l'entrepreneur répondant aux attributs de création de valeur et de changement) par un modèle peut-être davantage fonctionnaliste (tout individu impulsant le phénomène modélisé revêtant les fonctions d'entrepreneur) du phénomène entrepreneurial » (Verstraete, 1999, p 23). Par rapport au concept de valeur, il le relativise à l'ensemble des parties prenantes. La valeur est alors celle que perçoivent ces parties prenantes qui, si elles restent satisfaites des conditions d'échange proposées par l'entrepreneur, n'ont a priori pas de raison de ne pas rester fidèles. Il mobilise principalement la théorie des conventions pour expliquer comment un entrepreneur convainc les parties prenantes d'adhérer à son projet et comment ces dernières possèdent leur propre registre conventionnel pour apprécier la performance de l'entreprise. Selon Verstraete (2000), l'entrepreneuriat est un phénomène organisationnel impulsé par un individu (l'entrepreneur), voire plusieurs individus, s'associant pour l'occasion. « Ce phénomène est impulsé dans un environnement plus ou moins large et sur la base d'un existant plus ou moins tangible (il peut être impulsé au sein d'une firme existante ou ex nihilo), au sein d'un environnement lui aussi plus ou moins tangible » (ibid, 1999). L'entrepreneuriat serait donc susceptible d'être impulsé au sein d'une entreprise existante, ou sur la base d'une entité existante. Le reprenneur peut rendre « entrepreneuriale » l'acquisition d'une entreprise.

Dans le modèle de cet auteur, l'entrepreneuriat relève d'une symbiose entre l'entrepreneur et l'organisation impulsée par celui-ci. Pour comprendre cette relation, Verstraete propose de se focaliser sur trois dimensions : cognitive, praxéologique et structurale, dont il propose une lecture théorique interdisciplinaire (1999). L'initiateur agit dans une structure sociale dont il va chercher à organiser certaines composantes conformément à son but ou, plutôt, à sa vision. Récemment (Verstraete, 2003), l'auteur représente son modèle ainsi :

$$\text{PhE} = f [(C \times P \times S) \quad (E \times O)]$$

où le phénomène entrepreneurial est fonction de l'interaction de trois niveaux (C pour cognitif, P pour praxéologique, S pour structural) appliquée à la relation liant l'entrepreneur (E) et l'organisation (O) que ce dernier impulse. L'auteur précise les variables de chaque niveau et livre dans un essai (2002) les voies de recherche qu'elles sous-tendent.

Le mini-cas n°2 peut être revisité à la lecture de ce cadre théorique. PB a mûri son projet de reprise et s'en est construit une représentation stratégique (niveau cognitif). Une fois la cible détectée, il agit (niveau praxéologique) pour rendre son initiative effective et concrétiser la vision qu'il s'en est forgé. Alors il dynamise et impulse son organisation à partir de l'entité existante (niveau structural). L'étude du cas fait apparaître un lien fort entre le repreneur et l'organisation émergeant de ses actions. PB est un entrepreneur repreneur et à la lecture de ce modèle, cette RPP peut être de nature entrepreneuriale.

En croisant cette approche avec celle de Bruyat, la RPP perd son caractère résolument entrepreneurial si le repreneur ne vit pas un changement important et si l'organisation impulsée n'apporte pas de valeur nouvelle par rapport à ce qui existait. Les modèles se combinent pour permettre une délimitation de la RPP de nature entrepreneuriale.

Mini-cas 3

MP est acheteur dans un grand groupe de VPC de bijoux. Par cette fonction, il a eu accès à des informations sur le secteur d'activité qui l'ont conduit à s'interroger sur la fonction de dirigeant. Il n'a pas souhaité créer une structure, car il considérait qu'il avait trop à perdre pour partir de rien. Par sa fonction d'acheteur, il était en contact avec toute la profession, ce qui lui a permis de détecter et de reprendre une cible dont il jugeait la taille intéressante.

En moins d'un an, grâce à de nouvelles méthodes de commercialisation, une organisation de l'information et de la logistique différente, il parvient à doubler son chiffre d'affaires. Par la suite, il met en place une plate-forme de distribution et embauche 15 personnes.

Deux ans plus tard, parce que la valeur de l'entreprise a considérablement augmenté, MP vend l'entreprise à un groupement de bijoutier mais reste le dirigeant de la structure.

MP exerce pour la première fois la fonction de dirigeant en tant que propriétaire. Il compose avec une entité existante mais ses actions sortent du cadre d'une simple adaptation. Il dynamise l'entreprise par ce qu'on peut considérer comme une impulsion nouvelle entraînant véritablement l'émergence d'une organisation. C'est, d'ailleurs, davantage cette nouvelle organisation dans laquelle se fond l'entité existante qui conduit à dégager une valeur globale de l'entreprise telle que le repreneur est tenté de la vendre, ce qu'il fait. Après la vente, l'entreprise entre dans une période de stabilisation et aucune impulsion d'organisation n'a lieu. Les activités ne sont plus entrepreneuriales. MP dirige, mais il n'est plus le propriétaire et a perdu son statut d'acteur central d'un phénomène ayant disparu.

Dans une RPP de nature entrepreneuriale il y a création, mais on préférera le terme impulsion pour éviter les confusions, d'autant plus que la frontière entre la création et la reprise est parfois très floue, notamment dans le cadre des rachats d'entreprises en difficulté pour lesquels les institutions telles que l'APCE parlent de « re-création ». Ces rachats apparaissent d'ailleurs d'emblée comme plus entrepreneuriaux que les reprises d'entreprises saines, car l'organisation de ces firmes à problèmes contribue à impulser une nouvelle organisation sur la base de l'entité existante. La création de valeur l'environnement et en conséquence celle de l'entreprise elle-même proviennent d'un redressement s'appuyant sur l'impulsion d'une nouvelle organisation composant certes avec l'existant.

Ainsi, la RPP de nature entrepreneuriale est incarnée par un ou plusieurs individus s'associant en impulsant une nouvelle organisation sur la base d'une entité rachetée afin d'apporter une valeur accrue, voire nouvelle, aux parties prenantes à leur projet. D'un point de vue empirique, il est prudent d'associer à cette définition le concept de propriété pour s'assurer que les cas de RPP étudiés entrent effectivement dans les modèles et à défaut duquel on n'est pas certain que la reprise soit effectivement celle d'une personne physique.

Conclusion

L'adhésion à l'idée que l'entrepreneuriat est une dialectique entre un individu (l'entrepreneur) et une organisation nous conduit naturellement à nous focaliser sur une forme de reprise : la RPP. Si les discussions entre chercheurs et entrepreneurs présentent l'inscription de la RPP comme une forme d'entrepreneuriat, on peut néanmoins rester dubitatif puisque l'entrepreneuriat est surtout (voire exclusivement) centré sur la création d'entreprise. Le chercheur est à ce titre confronté des difficultés : utilisation de données secondaires pertinentes, amalgame avec les chiffres de la création d'entreprise, non prise en compte de certaines formes de reprises, diversité des formes d'expression de la reprise, chiffres différents selon les sources, ... Le praticien de la reprise subit également l'influence d'une assimilation de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise puisqu'elle masque l'intérêt qu'il convient de porter à la RPP alors que les besoins sont évidents.

Notre objectif est de contribuer à l'amélioration de la connaissance sur l'entrepreneuriat à travers l'une de ses manifestations : la RPP. Deux enjeux sont visés : l'un théorique consiste à placer la RPP dans le domaine de l'entrepreneuriat ; le second, plus pragmatique, propose un éclaircissement et présente ce qu'est la RPP.

Bibliographie

- BIRLEY S. (1997) – “Le bon choix de sortie”, dossier spécial Les Echos - L'art d'entreprendre “Se Retirer”, 21, 22 Novembre, p 2.
- BRAZEAL D. V. & HERBERT T. T. (1999) – « The genesis of Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and practice*, spring, p 29-45.
- BRUYAT C. (1993) – Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Grenoble II, octobre, 431 p.
- CARLAND J. W., HOY F., BOULTON W. R. & CARLAND J. A. C. (1984) – « Differentiating entrepreneurs from small business owners : a conceptualisation », *Academy of management review*, volume 9, n°2, p 354-359.
- CARLAND J. W., HOY F. & CARLAND J. A. C. (1988) – « Who is the entrepreneur it the question worth asking », *American Journal of Small Business*, spring, p 33-39.
- COOPER A. C. & DUNKELBERG W. C. (1986) – « Entrepreneurship and paths to business ownership » , *Strategic management journal*, Volume 7.
- DAVIDSON P. (1989) – Continued entrepreneurship and small firm growth, Stockholm school of economics, The Economic Research Institute (EFI), 261 p.
- DESCHAMPS B. (2000) – Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Grenoble II
- DONCKELS R. (1995) – « Taking over a company : an exciting carrier alternative...but not for adventurers », *Gestion* 2000, volume 6, p 143-160.
- FAYOLLE A. (1996) – Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Lyon III, 18 décembre.
- FILION L.-J. (1997) – « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », *Revue internationale de la PME*, volume 10, n°2, p 129-172.
- GARTNER W.B. (1990) – « What we are talking about when we talk about entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, vol5, p 19-28
- HADDADJ S. & D'ANDRIA A (1998) – Transmissions internes et transmissions externes dans les PME françaises, *RIPME*, volume 11, n°4, p 45-65.
- JULIEN P.-A. & MARCHESNAY M. (1996) – L'entrepreneuriat, *Economica*, Gestion poche, Paris.
- LACASSE R.-M. (1990) – La petite entreprise au Canada : le cas particulier de l'entrepreneuriat féminin dans le secteur manufacturier, Thèse pour le doctorat en Sciences de gestion, Université de Nice Sophia Antipolis.
- LE VIGOUREUX F (1997) – « Entreprises moyennes : structures de propriété et comportement stratégique », *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre p 71-94
- SHARMA P. & CHRISMAN J. J. (1999) – « Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship », *Entrepreneurship theory and practice*, spring, p 11-27.
- SIEGEL D. (1989) – Contribution en vue d'une démarche stratégique de la reprise d'entreprise par des particuliers : le cas alsacien et franc comtois, Thèse pour le doctorat en Sciences de Gestion, Université Pierre Mendès-France, Grenoble II, juin.
- VARLET J.-P. (1996) – L'entrepreneuriat et la création d'entreprises, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université de Lille, 15 février.

VERSTRAETE T. (1999) – Entrepreneuriat, connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes, Economie et Innovation, L'Harmattan, 207 p.

VERSTRAETE T. (2000) – « L'entrepreneuriat – un phénomène aux multiples formes d'expression », in Verstraete T, Histoire d'entreprendre – les réalités de l'entrepreneuriat, EMS éditions

VERSTRAETE T. (2002) – Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, Editions de l'ADREG, janvier (<http://www.editions-adreg.net>), 120p.

VERSTRAETE T. (2003) – « Une conception de l'entrepreneuriat : $PhE = f [(C \times P \times S) \quad (E \times O)]$ », in VERSTRAETE T. (dir), La création d'entreprise par les chercheurs de la fonction publique : exploration des dimensions appelées par la loi sur l'innovation n°99-587 du 12 juillet 1999, Dossier pour le CNRS, 24p.

