

**Robert PATUREL**

*Professeur à l'Université du SUD Toulon-Var,*

*Directeur de l'IAE Toulon-Var,*

*Directeur du Laboratoire ERMES (Etudes et Recherches Méditerranéennes en Management des Entreprises)*

Le 3e numéro de notre Revue revêt une approche particulière de l'entrepreneuriat en se consacrant, d'une part, à ce qui pourrait être dénommé un « entrepreneuriat singulier » et, d'autre part, aux caractéristiques de la recherche doctorale focalisée sur notre champ.

Dans un premier temps, l'analyse de la recherche académique en entrepreneuriat sera présentée avec l'objectif de dépasser les points de vue subjectifs sur ce qui se passe en France dans notre discipline. Les trois articles consacrés à l'entrepreneuriat de type particulier seront plus spécialement concentrés sur l'entrepreneuriat solidaire et sur les chercheurs publics.

1) Concernant les caractéristiques de la recherche académique doctorale française, 22 thèses soutenues durant les années 2000 à début 2004 ont été analysées. Il s'agit du premier travail d'envergure réalisé sur le champ qui nous réunit. Il est vrai qu'auparavant, le faible nombre de thèses en entrepreneuriat ne permettait pas de réaliser une telle étude avec des possibilités d'en tirer des enseignements intéressants. Bien entendu, les choix méthodologiques opérés pour conduire le travail sont critiquables comme d'ailleurs il est noté dans l'article proposé à la réflexion de nos lecteurs. De même, la grille d'analyse retenue pour tenter de faire émerger les grands traits de la recherche doctorale en entrepreneuriat, peut recevoir, elle-aussi, des critiques. Toutefois, les grandes conclusions obtenues remettent « les pendules à l'heure » par un dépassement de perceptions, pas toujours fondées, sur la réalité du statut des recherches doctorales dans notre domaine. Sans entrer dans le détail fourni par l'article, nous pouvons insister sur plusieurs points fondamentaux que sont :

- l'accroissement des thèses portant sur l'entrepreneuriat ces dernières années, avec surtout des thèses en sciences de gestion (3 sur 4), mais aussi en sciences économiques et en géographie (2 thèses sur deux étant soutenues par des français) ;
- une dépendance des universités où se développe la recherche sur notre champ envers souvent une seule personne pour l'encadrement des thèses ;
- une thématique assez dispersée due au fait que la discipline sort tout juste de sa phase d'émergence ;
- une prédominance des thèses avec un terrain d'observation et entrée du chercheur dans les organisations ou contact direct du thésard avec les entrepreneurs ;
- des recherches doctorales de type hypothético déductif mais aussi inductif ;
- des travaux principalement « instantanés » à plus de 80 % ;
- des analyses qualitatives mais aussi quantitatives et mixtes, mais au positionnement épistémologique délicat ;
- une collecte d'information à 100 % fondée sur des échantillons ou des études de cas ;
- l'emploi de méthodes statistiques explicatives ;
- des recherches essentiellement exploratoires mais aussi processuelles.

En conclusion, une réflexion est proposée pour connaître en temps réel l'état des lieux en matière de recherche doctorale en entrepreneuriat. Cet état des thèses est important car, pour la première fois, il fournit une image relativement précise de la vie scientifique française dans notre champ d'investigation et des comparaisons seront désormais possibles avec des analyses du même type qui pourront intervenir à l'avenir afin de suivre les évolutions thématiques, méthodologiques, voire épistémologiques de notre discipline.

2) Les articles ciblant une partie de l'entrepreneuriat singulier portent pour deux d'entre eux sur le milieu solidaire et le dernier sur l'intention de créer des chercheurs publics, le terrain d'investigation restant à chaque fois français.

\* Jérôme BONCLER et Martine HLADY-RISPAL, de l'équipe « Entrepreneuriat et Stratégie » de l'Université Montesquieu Bordeaux IV, proposent de réfléchir sur le sujet de « l'entrepreneuriat en milieu solidaire comme phénomène singulier ». Pour y parvenir, ils essaient de définir ce type d'entrepreneuriat comme regroupant des initiatives économiques locales combinant des ressources privées, étatiques et associatives afin de répondre à des problèmes vécus directement par des citoyens se prenant en charge. La proximité caractérise donc ce type d'entrepreneuriat qui répond manifestement aux besoins de particuliers, aux aspirations d'entrepreneurs, mais aussi à celles d'institutionnels locaux. Le sujet est pertinent

du fait de son actualité brûlante et de la faiblesse des travaux des gestionnaires sur ce thème et, bien sûr, des spécialistes de l'entrepreneuriat. Les porteurs de projets entrepreneuriaux en milieu solidaire sont comparés aux autres types d'entrepreneurs sur le plan des objectifs recherchés par les uns et les autres et des résultats désirés (intérêt pour la Société ou préoccupation personnelle). L'article insiste à juste titre sur l'engagement social de l'entrepreneur qui a souvent des fondements idéologiques forts, et sur le fait que l'entrepreneuriat solidaire trouve son origine fréquemment dans plusieurs porteurs, en collaboration étroite avec des acteurs bénévoles et institutionnels. L'ancrage des initiatives des entreprises solidaires est résolument public, ce qui explique l'implication plus large des individus dans la vie sociale. Une autre spécificité de l'entrepreneuriat solidaire est qu'il répond à des attentes locales souvent assimilées à des micro-besoins. Les activités concernées sont couramment qualifiées de relationnelles au sein desquelles capital social et solidarité sont primordiaux. Toutefois, cet entrepreneuriat revêt un positionnement ambigu, car il combine des enjeux économiques, sociaux et mêlent des logiques d'actions nombreuses, complémentaires, voire opposées au moins a priori. En effet, l'économie solidaire peut se rapprocher d'une administration publique par son offre de services collectifs, destinés à des usagers dont la démarche n'est pas souvent clairement identifiée et dont la demande n'est pas toujours solvable. D'autre part, elle peut intervenir sur des segments du secteur marchand et, là, ses organisations se rapprochent des entreprises privées qui les perçoivent comme des structures exerçant une concurrence déloyale à leur égard...notamment en raison de financements obtenus dans des conditions privilégiées.

Fondamentalement, les organisations solidaires privilégient, si leur vocation n'est pas détournée, l'intérêt collectif et non lucratif à tout autre, et profitent d'une certaine hybridation de leurs ressources (prix payés par les usagers, financements publics, apports de bénévoles, voire épargne éthique, de partage et de proximité). On retrouve le fait que ce sont souvent les projets portés par des promoteurs connaissant bien les circuits administratifs, appuyés par des notables locaux, qui sont retenus alors que ceux des créateurs qui n'ont pas ce capital relationnel se trouvent éliminés. Pourtant, le contexte de l'économie solidaire étant de plus en plus favorable, encore faudrait-il aider les projets qui ont besoin d'accompagnement particulier et non pas intervenir auprès de ceux qui pourraient aboutir seuls... En effet, des outils d'accompagnement spécifiques existent pour l'entrepreneuriat solidaire, notamment avec la mise en réseau des divers acteurs, un nouveau statut juridique (la société coopérative d'intérêt collectif) dont les particularités sont précisées (l'utilité sociale de l'organisation et le multi sociétariat). En conclusion, les auteurs proposent une représentation visuelle des singularités de l'entrepreneuriat en milieu solidaire qui constitue un véritable apport de la réflexion menée au sein de l'article.

\* Sylviane ZOONEKYND, de l'Université de Lille 1, propose « une contribution à l'analyse d'une forme singulière d'entrepreneuriat : le cas des entreprises d'insertion ». On a compris que l'intérêt du sujet est de porter son regard sur la mobilisation associative afin de parvenir à l'intégration au travail des groupes sociaux durablement exclus. L'entreprise d'insertion est la concrétisation de cette volonté de lutter contre l'exclusion de populations fragilisées au-delà de son traitement social, en employant une dimension entrepreneuriale encore bien peu étudiée.

Après avoir insisté sur l'importance du phénomène dont on peut avancer qu'il représente près de 1000 entreprises d'insertion en France, l'auteur se risque à une définition. Ainsi, elle propose de les considérer comme des unités de production qui ont pour objet spécifique l'insertion sociale et professionnelle de personnes en difficultés, par l'exercice d'une ou plusieurs activités. Elles sont donc définies par la nature du public ciblé, un projet social clair (avec l'accueil de travailleurs « victimes de faillite sociale ») et des conditions de fonctionnement classiques mais pour certaines d'entre elles propres, notamment en matière de financement et exonérations de certaines cotisations (aides de l'Etat). On retrouve, comme dans l'article précédent, les deux logiques d'action de l'entreprise qui combinent le marché et l'intérêt général. Toutefois, la viabilité du projet économique reste une condition de l'existence et de la survie de l'entreprise d'insertion. L'auteur montre comment a évolué l'approche de l'économie sociale en passant de formes traditionnelles à des situations « limites » où le contact fréquent avec l'économie marchande et lucrative rend la frontière entre les entreprises d'insertion et les autres structures de plus en plus floue. Le rapprochement de l'entreprise d'insertion de l'entrepreneuriat social est réalisé. Ainsi, ce dernier est présenté avec ses spécificités, dont les éléments idiosyncratiques sous-jacents à l'action entrepreneuriale (liens avec l'éthique, les valeurs d'humanisme, l'engagement politique...), l'hybridation entre une forme singulière d'institutionnalisation entrepreneuriale et la finalité sociale qui lui est attachée, la personne même de l'entrepreneur non obligatoirement propriétaire de son entreprise qui, d'ailleurs, ne vise pas la maximisation du profit... même si, de plus en plus, elle est sous forme commerciale. Une grande diversité des profils des entrepreneurs sociaux est constatée avec une reprise de la typologie de VERBEEREN en 4 idéaux-types qui exigent aujourd'hui des approfondissements, compte tenu du peu d'études rigoureuses entreprises sur le sujet et des changements qui interviennent dans la Société dans ce domaine dont l'importance grandit.

3) Sandrine EMIN, de l'Université d'Angers, propose à nos lecteurs un des nombreux aspects intéressants de sa thèse de doctorat qui a obtenu plusieurs prix lors de colloques et le prix de la meilleure thèse transversale de l'année 2003 (prix FNEGE). Son travail que j'ai eu le privilège d'encadrer, a pour objectif de mettre en évidence les démarches à retenir en vue de développer le potentiel entrepreneurial des chercheurs. Autrement dit, S. EMIN se situe très en amont du processus d'émergence organisationnelle et vise à expliquer l'intention de créer une entreprise chez les chercheurs publics français.

Le protocole de recherche, particulièrement pertinent et rigoureux, repose prioritairement sur le développement d'un modèle d'intention et sur son test par la technique des équations structurelles (traitement statistique de 744 questionnaires administrés par voie électronique). Le modèle théorique élaboré repose sur deux modèles largement admis dans leur domaine, la psychologie sociale et l'entrepreneuriat, pour la théorie du comportement planifié de AJZEN et le modèle de KRUEGER repris de SHAPERO. Le corps d'hypothèses a été conçu conformément aux préceptes des écrits de AJZEN, complétés par des éléments propres au contexte retenu et par les apports de SHAPERO et ses disciples. Une construction progressive du modèle a été choisie au fur et à mesure de l'avancée des résultats statistiques.

En définitive, le modèle d'intention employé peut faciliter la prédiction des intentions de créer une entreprise en milieu académique. Ainsi, l'analyse montre que le désir de créer une entreprise et la faisabilité perçue contribuent significativement à la prédiction de l'intention de fonder une entreprise. Par contre, l'influence de la norme sociale perçue n'est pas significative et le rôle professionnel perçu n'a pas non plus d'effet direct sur l'intention de créer, même si ces 2 variables ont un impact indirect par leur influence sur le désir de créer. Ce résultat obtenu sur la norme sociale conforte les conclusions de KRUEGER et al. et, donc, la modélisation de SHAPERO et SOKOL. Cette situation s'expliquerait, comme le reprend l'auteur, par le fait que dans les pays riches où les cultures sont plus individualistes, la pression sociale jouerait un rôle réduit (HOFSTEDE et al.). Quant à la contribution indirecte du rôle professionnel perçu sur l'intention par son effet sur le désir d'agir, elle tend à confirmer les opinions sur la façon dont les normes sont retenues dans le modèle du comportement planifié, considérée comme insuffisante, et souligne l'importance qu'il y a à améliorer leur intégration dans le modèle.

On insistera encore sur le poids prépondérant du désir d'agir dans la prédiction de l'intention.

Bref, la pertinence du modèle de AJZEN est confirmée pour la tentative de créer une entreprise par des chercheurs publics. Du côté de la faisabilité, le désir d'agir suffit à prédire les intentions de création des chercheurs publics français. L'addition d'une variable normative (la norme sociale perçue) supplémentaire ne contribue pas significativement à l'explication de l'intention.

Les mesures pratiques qui semblent pouvoir être dégagées de la recherche peuvent se résumer en trois points. D'une part, il conviendrait de faire évoluer la perception qu'ont les chercheurs du degré d'approbation tenu par les personnes les entourant et de continuer à communiquer sur les cas de leurs collègues ayant réussi en créant une société. D'autre part, il serait positif de modifier la perception qu'ont les chercheurs de l'acceptabilité professionnelle de la création d'entreprise, ce qui pose clairement le problème des modalités d'évaluation des chercheurs et d'évolution des carrières académiques pour les créateurs chercheurs. Enfin, il serait bon de constituer des passerelles entre les laboratoires et des personnes extérieures souhaitant valoriser certaines découvertes (seules ou avec un chercheur à l'origine de l'invention). La sensibilisation à l'entrepreneuriat et à la gestion de l'entreprise que pourraient assurer, par exemple, les Maisons de l'entrepreneuriat ou des institutions leur ressemblant, serait à préconiser afin de stimuler l'intention de créer et la création elle-même par les chercheurs publics français.

Voilà ce que pourra découvrir le lecteur de ce numéro de notre revue, qui offre également beaucoup d'autres informations sur les sujets annoncés.

Je souhaite une très bonne lecture à tous les collègues passionnés par l'entrepreneuriat.

Robert PATUREL

*Co-rédacteur en chef de la Revue de l'Entrepreneuriat*

