

Editorial

Par

Alain FAYOLLE

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

Professeur EM Lyon

Directeur du Centre de Recherche en Entrepreneuriat

Cet éditorial est particulier, à plus d'un titre. Il est, tout d'abord, le premier que je rédige en tant que co-rédacteur en chef de la Revue de l'Entrepreneuriat. La mission qui m'a été donnée par le conseil d'administration de l'Académie de l'Entrepreneuriat et la confiance que m'ont témoignée mes collègues du comité de direction de la revue m'honorent et j'essaierai d'être à la hauteur de l'une et digne de l'autre. Je perçois, ensuite, cet éditorial comme un passage de témoin et ce, en utilisant volontairement la métaphore sportive, car c'est une de nos passions communes, celui dont il est question ici est un amoureux de sport et pratique encore le tennis, le ski et les ballades en montagne. Ce témoin, vient de m'être transmis par mon collègue et ami Bertrand SAPORTA, qui après plus de six années de bons et loyaux services, en tant que co-rédacteur en chef de la revue, a choisi de passer le relais. La décision qu'il a prise n'implique pas, de sa part, un désengagement total de nos activités scientifiques, mais elle marque plutôt un souhait bien légitime de consacrer plus de temps à sa famille et à ses autres passions. Je connais et j'apprécie Bertrand SAPORTA depuis quinze ans environ et je sais que l'Académie de l'Entrepreneuriat a eu beaucoup de chance de l'avoir eu comme Président, au début des années 2000. Il a été, dans ces responsabilités, un homme de dialogue, d'ouverture et de renforcement de la légitimité académique de notre jeune association. Même si, une grande partie de la carrière de Bertrand SAPORTA a été réalisée dans le domaine du marketing, l'entrepreneuriat et la PME ont assez rapidement fait partie de ses centres d'intérêt. On l'oublie peut-être, mais il a été un des premiers auteurs français à publier un ouvrage s'intéressant aux stratégies pour la PME¹. Ce livre est depuis toujours dans ma bibliothèque et il m'arrive encore de m'y référer.

Bertrand SAPORTA a beaucoup publié dans le domaine de l'entrepreneuriat, mais il a aussi fait partie du groupe des enseignants pionniers, en Sciences de Gestion, qui ont eu l'intuition très tôt de l'importance qu'allaient prendre, dans notre société, la création d'entreprise et l'entrepreneuriat. Le DESS de création d'entreprise qu'il a contribué à lancer à Bordeaux, puis qu'il a confié à notre collègue et ami Thierry VERSTRAETE, incarne, encore aujourd'hui, son sens de l'anticipation et ses convictions profondes. Nul doute que si un jour on décide de s'intéresser, comme l'a fait, au niveau international, notre collègue suédois Hans LANDSTRÖM², à des pionniers francophones dans le domaine de l'entrepreneuriat, Bertrand SAPORTA figurera parmi les acteurs influents. Pour tout cela je voudrais, en mon nom personnel et en celui de l'Académie de l'Entrepreneuriat, remercier sincèrement et très chaleureusement Bertrand SAPORTA, et lui signifier que nous avons toujours besoin de lui, de son aide ponctuelle et de ses conseils avisés, pour simplement nous aider à poursuivre le chemin qu'il a, en bon montagnard, ouvert. Ce chemin est celui de l'accroissement de la légitimité scientifique de notre association et de la reconnaissance, par le CNRS, de la Revue de l'Entrepreneuriat. Si nous arrivons collectivement à atteindre ces objectifs, c'est vraisemblablement la plus belle forme de reconnaissance que nous pouvons lui donner.

Le numéro 1 du volume 6 de la Revue de l'Entrepreneuriat comprend quatre articles qui abordent des problématiques et des questions qui, à l'évidence, réunissent les acteurs du monde académique et des milieux socio-économiques. Qu'il s'agisse des entreprises à internationalisation rapide, de l'artisanat, de l'engagement sociétal des entrepreneurs ou encore de l'entrepreneuriat néo-rural, nul, nous semble-t-il, ne peut contester que ces domaines concernent des sujets de société très actuels pour lesquels les politiques et les praticiens ne disposent, au fond, que de peu de connaissances scientifiques. Nous allons tenter, en présentant chacune de ces contributions, de montrer en quoi elles permettent d'éclairer sous un

angle pertinent ces différents sujets.

Le premier article, proposé par Vinciane SERVANTIE, a pour titre « *Les entreprises à internationalisation rapide et précoce : revue de littérature* » et s'inscrit dans le champ de l'entrepreneuriat international, tout du moins si l'on se réfère à la dénomination avancée par certains auteurs. Le premier mérite de ce travail est de faire une revue orientée et ordonnée de cette littérature, sur une période de quinze ans (1992-2007). Cette lecture de plus de deux cents contributions de recherche permet, dans un premier temps d'identifier les concepts les plus utilisés pour qualifier le phénomène et les réseaux d'auteurs qui partagent des définitions et des approches similaires. L'auteur tente ensuite, en s'appuyant toujours sur la littérature, de définir le phénomène d'internationalisation rapide et précoce. S'intéressant tout d'abord aux terminologies employées, elle conclut sur la nécessité d'un cadrage conceptuel, qu'elle développe ensuite et qui constitue, à n'en point douter, l'apport principal de sa recherche. En définitive, le nouveau concept proposé par Vinciane SERVANTIE est celui d'EIRP pour Entreprise à Internationalisation Rapide et Précoce. Pour l'auteur, une EIRP est une « entreprise dont on peut observer plus tôt que d'ordinaire une capacité à développer et coordonner des liens réguliers avec l'étranger (par exemple, efforts de ventes, investissements) » (page 15). Dans sa conclusion, l'article invite les chercheurs à adhérer à ce cadre conceptuel de façon à ce qu'à travers une accumulation des connaissances et une comparaison des résultats de recherche, rendues enfin possibles, ce domaine de recherche puisse poursuivre sa progression sur des bases scientifiques renouvelées. Souhaitons à l'auteur que son appel soit largement entendu par la communauté de recherche qui s'intéresse à ce champ.

Le deuxième article, intitulé « *Le devenir de l'activité artisanale passe-t-il par l'activité entrepreneuriale ?* » et écrit par Robert PATUREL et Katia RICHOME-HUET, est l'occasion d'un changement d'échelle radical. Nous passons, en effet, de l'internationalisation rapide des entreprises à l'activité artisanale, avec une interrogation de départ sur ce que sera l'artisanat de demain. Une voie possible d'évolution peut être celle du rapprochement entre activité artisanale et comportement entrepreneurial. Construit sur une bonne connaissance de l'artisanat et du statut de l'artisan, cet article tente dans une première partie de proposer une réflexion visant à réconcilier les figures et les fonctions de l'artisan et de l'entrepreneur. Le concept de trajectoire est ensuite mobilisé pour montrer que la qualification des situations (artisanale vs entrepreneuriale) et des statuts (artisan vs entreprise artisanale) n'a de sens que dans une perspective dynamique. Après avoir exposé, d'un point de vue théorique, des trajectoires d'artisan et de chef d'entreprise artisanale, les auteurs mettent à l'épreuve leur grille de lecture en l'appliquant sur quatre cas. Leur contribution permet de clarifier les notions d'artisan et de chef d'entreprise artisanale et de montrer dans quels contextes et sous quelles conditions l'artisan peut endosser les habits de l'entrepreneur et l'activité artisanale se rapprocher de l'activité entrepreneuriale.

Le troisième article a pour titre « *Les stratégies d'engagement sociétal des entrepreneurs* » et est l'oeuvre de Sandrine BERGER-DOUCE. Il s'intéresse à une question très actuelle, la responsabilité sociale de l'entreprise (et, au passage, celle de l'entrepreneur) et l'association, parfois difficile, du monde économique au développement qualitatif de la société. L'engagement sociétal des entrepreneurs est, selon l'auteur, un pilier de la responsabilité sociale de l'entreprise, ce qui revient à dire qu'en l'absence de volonté et de stratégie du dirigeant, il est difficilement concevable d'envisager une responsabilité collective. L'auteur, dans un premier temps, définit le concept d'engagement, le situe dans le champ de l'entrepreneuriat et l'applique aux stratégies de responsabilité sociale des entrepreneurs français. Puis, dans une seconde partie de l'article, l'auteur propose une matrice des stratégies d'engagement sociétal des entrepreneurs, qu'elle illustre à l'aide de nombreux cas. Sandrine BERGER-DOUCE développe quatre types de stratégie d'engagement sociétal des entrepreneurs en fonction de deux formes d'engagement : l'engagement social et l'engagement environnemental. Ces stratégies, réactive, proactive, mobilisatrice et rituelle, peuvent être caractérisées par le degré d'intensité de l'engagement des acteurs sur chacune des formes identifiées. Au-delà de l'identification de ces types, l'auteur propose en fin d'article une vision plus dynamique de l'utilisation de sa matrice, montrant ainsi qu'une position en matière d'engagement sociétal peut évoluer dans un sens (accroissement du niveau d'engagement sur une des deux formes) comme dans un autre (diminution du niveau d'engagement sur

une des deux formes). Bien évidemment, la grille de lecture proposée est à l'usage des entrepreneurs, mais aussi à celui de ceux qui les accompagnent au long de leur processus de création / développement d'entreprise.

Le quatrième et dernier article de ce numéro a pour titre « *Le réseautage chez les entrepreneurs néo-ruraux* » et a pour auteur Séverine SALEILLE, une des dernières doctorantes à avoir été supervisées par notre collègue Michel MARCHESNAY. L'importance des réseaux n'est plus à démontrer dans le domaine de l'entrepreneuriat. Qu'ils utilisent leurs liens faibles ou leurs liens forts ou encore qu'ils apportent une réponse pertinente face à l'existence de trous structureaux dans des réseaux existants, les entrepreneurs ne peuvent se dispenser d'utiliser leurs relations personnelles et/ou professionnelles afin de créer, reprendre et développer leurs entreprises. La particularité des entrepreneurs néo-ruraux est que généralement ils créent ou reprennent des entreprises dans des contextes géographiques et professionnels nouveaux. Dans ces conditions, la mobilisation de leurs réseaux personnels et professionnels passés semble très problématique. Tout l'intérêt de cet article est de s'intéresser à cette problématique et d'aborder, sous un angle nouveau, le thème du réseautage. Après avoir montré l'importance de la mobilisation des réseaux personnels dans des situations de création d'entreprise et les particularités des entrepreneurs néo-ruraux (« il s'agit de migrants qui s'implantent en milieu rural avec des motivations plus existentielles qu'économiques » - page 77 -), l'auteur s'intéresse, dans le cadre d'une étude exploratoire, aux pratiques de réseautage local et non-local des entrepreneurs néo-ruraux. Séverine SALEILLE montre que les stratégies de réseautage local, pour des migrants, privilégient l'utilisation de pratiques formelles (réseautage instrumental) alors que les stratégies de réseautage non-local sont fondées essentiellement sur des pratiques et des comportements affectifs. Les résultats de son étude devraient permettre à celles et ceux qui accompagnent ce type d'entrepreneur, de mieux comprendre les leviers utilisables pour que, au cas par cas, la constitution d'un réseau local et la mobilisation d'un réseau préexistant non-local soient réalisés de la manière la plus efficiente possible et avec un maximum de pertinence dans le bon équilibre des modalités instrumentale et affective.

Notes

1. Bertrand Saporta, 1986, *Stratégies pour la PME*, Paris, Editions Montchrestien, collection Entreprendre.
2. Hans Landström, 2005, *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business*, New York, Springer Science.