



HAL
open science

L'entrepreneur institutionnel et la dimension spatiale du travail institutionnel.

Alexis Pokrovsky

► **To cite this version:**

Alexis Pokrovsky. L'entrepreneur institutionnel et la dimension spatiale du travail institutionnel.. Gestion et management. Université Paris Saclay (COMUE), 2016. Français. NNT : 2016SACLS040 . tel-01308274

HAL Id: tel-01308274

<https://theses.hal.science/tel-01308274>

Submitted on 27 Apr 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

NNT : 2016SACLS040

THESE DE DOCTORAT
DE
L'UNIVERSITE PARIS-SACLAY
PREPAREE A
L'UNIVERSITE PARIS-SUD

ECOLE DOCTORALE N°578
Sciences de l'homme et de la société

Spécialité de doctorat en Sciences de Gestion

Par

M. Alexis Pokrovsky

L'Entrepreneur Institutionnel et la Dimension Spatiale
du Travail Institutionnel

Thèse présentée et soutenue à l'Université Paris Sud, le 22 mars 2016 :

Composition du Jury :

M. Dumez Hervé , Professeur des Universités, Ecole Polytechnique Paris-Saclay	Président du Jury
Mme Huault Isabelle , Professeur des Universités, Université Paris Dauphine	Rapporteur
M. Talbot Damien , Professeur des Universités, Université d'Auvergne	Rapporteur
Mme Perret Véronique , Professeur des Universités, Université Paris Dauphine	Examinatrice
M. Rallet Alain , Professeur des Universités, Université Paris-Sud Paris-Saclay	Examineur
Mme Charreire-Petit Sandra , Professeur des Universités, Université Paris-Sud Paris-Saclay	Directrice de thèse

Titre : L'entrepreneur institutionnel et la dimension spatiale du travail institutionnel

Mots clés : Entrepreneur institutionnel, Travail institutionnel, Espace, Proximité, Légitimité

Résumé : Ce travail de recherche doctorale a pour objet l'étude du rôle de l'espace sur le travail institutionnel défini dans le cadre de la théorie néo-institutionnelle. La question principale de recherche s'intéresse à la relation entre le processus du travail institutionnel et les compétences spatiales mobilisées par les entrepreneurs institutionnels.

La recherche s'appuie sur un design mixte, associant étude de cas qualitative et étude quantitative. La démarche de constitution des connaissances est abductive, permettant l'établissement d'un ensemble de propositions dans un cadre interdisciplinaire. Pour définir les concepts relatifs à l'espace et aux compétences spatiales, trois disciplines ont été mobilisées : les théories de l'espace en géographie sociale, la théorie néo-institutionnelle et le modèle d'économie des proximités.

L'étude de cas qualitative consiste en une série d'entretiens effectués auprès d'entrepreneurs de Food Trucks en région parisienne. L'étude de cas quantitative s'appuie sur des données secondaires du mouvement Slow Food à l'échelle européenne.

Les résultats mettent en évidence trois séquences significatives dans lesquelles la mobilisation de compétences spatiales renforce le travail institutionnel : la proximité géographique est une source de légitimité pour l'entrepreneur institutionnel ; l'espace comme ressource hors marché arbitre les conflits dans les champs organisationnels ; enfin, l'agencement de dynamiques de proximité améliore la diffusion du changement institutionnel.

Title : Institutional Entrepreneur and the spatial dimension of institutional work

Keywords : Institutional Entrepreneur, Institutional Work, Space, Proximity, Legitimacy

Abstract : The purpose of this doctoral work is to study the role of space on institutional work, as defined by the new institutional theory. The main research question is related to the understanding of the effects on institutional work of the various spatial competencies mobilized by institutional entrepreneurs.

The research type is based on a mixed design, combining qualitative case study and quantitative analysis. The method followed is abduction, a process that provides a set of propositions within a theoretical frame. The concepts relating to space have been elaborated in an interdisciplinary approach referring to social geography, new institutional theory and economy of proximity.

The qualitative case study is composed of primary data gathered through a campaign of interviews with a panel of Food Truck entrepreneurs in Paris area. The quantitative study is based on secondary data from the Slow Food movement in Europe.

Our results highlight the influence of spatial competencies on institutional work in three domains: first, the geographic proximity provides legitimacy for the institutional entrepreneur; second, space is a resource outside market conditions which plays a crucial role in the conflicts happening in organizational fields; third, proximity arrangements foster the diffusion of institutional change.

REMERCIEMENTS

Ce travail doctoral est une étape importante dans mon projet professionnel. J'ai choisi l'enseignement et la recherche en gestion après une première partie de carrière au cours de laquelle j'ai exercé des fonctions de management et de direction à l'international. Par delà l'objectif d'un diplôme qualifiant, cette expérience m'a apporté d'intenses satisfactions en me permettant de combiner mes compétences de praticien avec la rigueur et l'exigence d'un travail académique tout en côtoyant une communauté scientifique ouverte sur les enjeux contemporains de l'entreprise.

Ce travail de thèse a été un long apprentissage nécessitant un effort personnel qui n'aurait pas été rendu possible sans l'aide collective dont j'ai pu bénéficier. Je souhaite remercier ici tous ceux dont les conseils, le soutien et l'intérêt pour ma démarche ont ainsi activement participé à sa réalisation.

En tout premier lieu, je tiens à remercier ma directrice de thèse Sandra CHARREIRE-PETIT, qui m'a accordé sa confiance, s'est toujours rendue disponible malgré ses nombreuses charges et a amplement contribué à la progression de mon travail par son écoute, ses recommandations et sa rigueur.

Je remercie les membres du Jury Isabelle HUAULT, Véronique PERRET, Damien TALBOT, Hervé DUMEZ et Alain RALLET d'avoir accepté de participer à la soutenance de ma thèse, et, en particulier, les deux rapporteurs pour leurs commentaires approfondis. L'ensemble de vos contributions m'aidera à construire un programme de recherche qui m'accompagnera au cours des prochaines années.

Je tiens également à remercier l'Université Paris Sud Paris Saclay de m'avoir hébergé le temps de mon doctorat, Université dont je partage les valeurs d'excellence scientifique et l'ouverture internationale et pour laquelle je serai l'ambassadeur en toute occasion.

Mes remerciements vont également à l'Ecole Doctorale N°578 (ex ED 263) de l'Université Paris Sud Paris Saclay pour m'avoir accompagné pendant toute cette période, avec un merci tout particulier à Maryse CHOMETTE pour sa gentillesse et son aide.

J'ai apprécié la qualité des enseignements fournis dans le cadre de l'école doctorale ainsi que la diversité des formations interdisciplinaires proposées par le Service d'Insertion Professionnelle de l'Université Paris Sud Paris Saclay, permettant des échanges ouverts avec les doctorants provenant de divers horizons.

J'adresse mes remerciements à l'UFR Jean Monnet et son doyen, Antoine LATREILLE, pour l'accueil sur le campus de Sceaux et surtout pour m'avoir donné une opportunité unique d'enseigner dans les programmes de Master en Gestion.

Plus particulièrement, je remercie les enseignants chercheurs responsables de programme, Amélie NOTAIS et Denis CHABAULT pour le M1 Sciences du Management et Florent PESTRE pour le M2 Management Stratégique à l'International, pour la confiance qu'ils m'ont accordé en me donnant les responsabilités d'enseignement dans leurs parcours. Je suis ainsi particulièrement fier d'avoir pu contribuer à la constitution du programme du M2 en développant des cours innovants en anglais comme celui consacré aux partenariats à l'international.

Cette expérience d'enseignement, tout au long des années de thèse, a été une confirmation de mon choix professionnel et une source d'encouragements grâce au contact régulier avec les étudiants. Ce formidable socle d'expérience m'a permis de collaborer ensuite avec d'autres institutions comme l'Ecole de Management de Normandie et l'université Paris Dauphine dans des programmes de Master 1 et 2.

Merci également au laboratoire de recherche RITM et à son directeur José DE SOUSA pour m'avoir accueilli pendant toute la période de ma thèse. J'ai ainsi pu bénéficier des échanges fructueux avec les collègues enseignants chercheurs et doctorants membres du laboratoire ou invités, lors des séminaires d'économie et de gestion régulièrement animés par le RITM. Ces réunions m'ont permis d'acquérir des éléments méthodologiques, d'expertise et une ouverture à de nombreux champs d'étude dans nos disciplines.

Je souhaite exprimer ma gratitude aux enseignants chercheurs et doctorants qui ont activement contribué par leurs conseils à mon travail, à travers des échanges méthodologiques, des recommandations de lecture et une attention bienveillante : André TORRE, Bertrand SERGOT, Elodie LOUBARESSE et Marianne BLEHAUT.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance aux acteurs du terrain, qui ont accepté de participer à une étude qualitative de manière ouverte, dans un esprit de convivialité et de confiance réciproque. Je leur souhaite de continuer à mener leurs projets avec succès et enthousiasme !

Enfin je remercie ma famille pour m'avoir soutenu et indéfectiblement encouragé tout au long des hauts et bas de cette aventure, et tout particulièrement Karine, ma conjointe, nos enfants Milo, Idlune, Daria, Dimitri et Ezéchiél, mes parents Françoise et Serge et mes beaux-parents Françoise et Denis.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION GENERALE	15
PARTIE I. L'AGENDA INSTITUTIONNEL ET L'ESPACE	31
CHAPITRE 1. TRAVAIL INSTITUTIONNEL, ENTREPRENEUR INSTITUTIONNEL ET LEGITIMITE	33
1.1 Les institutions	34
1.2 Le fonctionnement des institutions et la dynamique du changement	39
1.3 L'organisation du travail institutionnel : tensions entre équilibre collectif et personnification de l'entrepreneur institutionnel	42
1.3.1 Dépasser la dimension héroïque	43
1.3.2 L'entrepreneur institutionnel comme acteur social	44
1.4 Le travail institutionnel : une séquence d'actions convergeant vers la légitimité	46
1.4.1 Les phases du travail institutionnel	46
1.4.2 L'objectif de légitimité	52
1.5 Les stratégies de légitimation	55
1.5.1 Construction d'énoncés par le discours et la rhétorique	55
1.5.2 Arrangement de matérialités par le design et la pratique	56
1.5.3 Diffusion à l'aide des coalitions et des réseaux	57
CHAPITRE 2. ESPACE ET PROXIMITE	59
2.1 De l'espace absolu à l'espace relatif	60
2.2 La maîtrise de l'espace	63
2.2.1 La production de l'espace	63
2.2.2 Les pratiques spatiales : une conception de la pratique au cœur de l'action	65
2.2.3 Les compétences spatiales individuelles	66
2.3 Les relations entre espace et institutions	68
2.3.1 Une condition de l'exercice politique	68
2.3.2 L'organisation comme « fait spatial »	69
2.3.3 Espace et dimension cognitive des dispositifs spatiaux	73
2.4 L'économie des proximités : une modélisation du rapport entre interactions et distance	75
2.4.1 Définition des formes de proximité	76
2.4.2 La dynamique des proximités	82

CHAPITRE 3. CADRAGE CONCEPTUEL : UNE HISTOIRE DE RAPPROCHEMENTS DANS L'ESPACE THEORIQUE	85
3.1 L'émergence de co-spatialités theoriques	88
3.1.1 Production d'espace et travail institutionnel	88
3.1.2 Compétences spatiales et entrepreneur institutionnel	90
3.1.3 Le rôle de la proximité sur la légitimité	92
3.2 Elaboration du cadre conceptuel	96
PARTIE II. CHOIX METHODOLOGIQUES ET CONTEXTE EMPIRIQUE	109
CHAPITRE 4. METHODOLOGIE	111
4.1 Une démarche abductive	112
4.1.1 L'émergence de la démarche abductive	112
4.1.2 Qu'est-ce que l'abduction ?	115
4.1.3 Les prérequis de l'élaboration du design	118
4.2 Un design basé sur l'exploitation de deux études de cas (Yin, 2009)	122
4.2.1 La sélection des cas food truck et Slow Food	122
4.2.2 Synthèse du design	130
CHAPITRE 5. LE CAS FOOD TRUCK	131
5.1 Présentation du terrain	132
5.1.1 Statistiques sectorielles	134
5.1.2 Un mouvement de contestation dans un champ organisationnel	135
5.1.3 Les food trucks franciliens : une controverse sur l'espace	138
5.2 Le cadre réglementaire en France	139
5.2.1 La régulation des activités de commerce ambulancier	140
5.2.2 L'autorisation temporaire d'occupation du domaine public	140
5.3 Méthode de collecte de données	141
5.3.1 Echantillonnage	142
5.3.2 Préparation du guide d'entretien	145
5.4 Le traitement des données par codage	145
5.5 La présentation des données en vue de leur analyse	158
5.5.1 Construction d'une matrice par variables	158
5.5.2 L'analyse des codes « pattern »	159
5.5.3 Matrice ordonnée par sites	159

CHAPITRE 6. L'ETUDE DE CAS SLOW FOOD	161
6.1 Présentation du terrain : validation du caractère institutionnel du cas	162
6.2 La démarche de traitement des données quantitatives	163
6.2.1 Collecte des données, sources et documents	163
6.2.2 Codage	165
6.2.3 Identification des variables	166
6.2.4 Définition des proxy	169
6.3 Les traitements quantitatifs	174
6.3.1 L'analyse exploratoire : l'Analyse en Composantes Principales	174
6.3.2 Le travail abductif : l'analyse des classes et des variables	175
6.3.3 L'utilisation des régressions linéaires pour affiner l'exploration	176
CHAPITRE 7. RESULTATS ET DISCUSSION	177
7.1 La proximité géographique est une ressource et un facteur de légitimité personnelle	179
7.1.1 L'espace comme ressource permettant l'accès à la légitimité personnelle	180
7.1.2 Les propriétés de l'espace ressource : modalité d'activation et propriété de substitution	192
7.1.3 Le caractère éphémère de la ressource espace	199
7.2 La ressource espace s'inscrit dans un contexte hors marché	202
7.2.1 Détourner pour s'aliéner les parties prenantes	202
7.2.2 L'identification des logiques d'appropriation de l'espace	202
7.2.3 La concurrence pour une préemption des ressources hors marché, phase du travail institutionnel	205
7.3 Les agencements de régimes de proximité ont un rôle sur le travail institutionnel	207
7.3.1 L'émergence des régimes de proximité dans le travail institutionnel	208
7.3.2 Franchissement, détournement, coalition et opérations de contrôle temporaire	216
7.3.3 La combinaison de la proximité géographique et de la proximité organisée	220
CONCLUSION GENERALE	227
ANNEXES	245
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	325

TABLE DES ILLUSTRATIONS

TABLEAUX

TABLEAU 1 : UNE DEFINITION DU CONCEPT D'INSTITUTION - D'APRES (BOYER, 2003) (DI MAGGIO ET POWELL, 1997)	35
TABLEAU 2 : LES PHASES DU TRAVAIL INSTITUTIONNEL (CREATION D'INSTITUTION) - (LAWRENCE ET AL., 2006)	49
TABLEAU 3 : LES COMPETENCES DE L'ENTREPRENEUR INSTITUTIONNEL	51
TABLEAU 4 : SYNTHESE DES DIFFERENTES FORMES DE PROXIMITE - INSPIRE DE (BOSCHMA, 2005)	77
TABLEAU 5 : DES ESPACES THEORIQUES CONCORDANTS	88
TABLEAU 6 : PRODUCTION D'ESPACE ET TRAVAIL INSTITUTIONNEL	89
TABLEAU 7 : LA « METRISE SPATIALE » ET L'ENTREPRENEUR INSTITUTIONNEL	91
TABLEAU 8 : PARENTE DES CONTEXTES	127
TABLEAU 9 : CODAGE MULTINOMIAL ET MULTITHEMATIQUE (AYACHE ET DUMEZ, 2007: 36-43)	149
TABLEAU 10 : TAUX D'ACCORD SUR LE DECOUPAGE DES UNITES DE SENS	151
TABLEAU 11 : TAUX D'ACCORD SUR LES CATEGORISATIONS	152
TABLEAU 12 : LISTE DES CODES APRES RAPPROCHEMENT ET REDUCTION	156
TABLEAU 13 : INFERENCES UNITES / CATEGORIES D'APRES (LINCOLN ET GUBA, 1985)	158
TABLEAU 14 : DEFINITION DES PROXY DE L'ETUDE QUANTITATIVE	173
TABLEAU 15 : CODAGE THEMATIQUE ET CODAGE AXIAL	183
TABLEAU 16 : MATRICE DES SITES ORDONNES PAR DEGRE DE LEGITIMITE	187
TABLEAU 17 : DIMENSIONS DE L'ACP A 9 VARIABLES	211
TABLEAU 18 : DIMENSIONS DE L'ACP A 3 VARIABLES	214
TABLEAU 19 : COEFFICIENTS STATISTIQUES ET TESTS DE VALIDITE	223
TABLEAU 20 : SYNTHESE DES RESULTATS ISSUS DE L'EMPIRIE	233

FIGURES

FIGURE 1 : EXEMPLE DE PICTOGRAMME A INFORMATION SPATIALE	21
FIGURE 2 : ARCHITECTURE DE LA THESE	29
FIGURE 3 : LE ROLE DE L'ACTEUR SOCIAL - D'APRES (FLIGSTEIN, 1997)	45
FIGURE 4 : LES DIFFERENTS TYPES DE LEGITIMITE – D'APRES (SUCHMAN, 1995).....	53
FIGURE 5 : LE MODELE COGNITIF DE LA GEOGRAPHIE DU COMMERCE.....	73
FIGURE 6 : RAPPROCHEMENT ENTRE PROXIMITE ET LEGITIMITE	93
FIGURE 7 : UN CADRE THEORIQUE INITIAL BASE SUR DES CONCEPTS INTERDISCIPLINAIRES	97
FIGURE 8 : CADRE CONCEPTUEL	99
FIGURE 9 : TAXINOMIE DES ORIGINES CAUSALES DES INSTITUTIONS.....	101
FIGURE 10 : CADRE CONCEPTUEL ENRICHIS.....	107
FIGURE 11 : MODES DE RAISONNEMENT ET PRODUCTIONS DE CONNAISSANCES SCIENTIFIQUES	115
FIGURE 12 : PROCESSUS ABDUCTIF DE SELECTION DES CAS.....	123
FIGURE 13 : DESIGN DE LA RECHERCHE : DEUX ETUDES DE CAS CONDUITES EN PARALLELE.....	130
FIGURE 14 : PROCESSUS METHODOLOGIQUE DU CAS SLOW FOOD	165
FIGURE 15 : LES FACTEURS DE CONCURRENCE SPATIALE - D'APRES (COLLETIS-WAHL ET PERRAT, 2004).....	193
FIGURE 16 : PROCESSUS D'ACTIVATION ET DE SPECIFICATION DE LA RESSOURCE ESPACE	199
FIGURE 17 : L'EMPLACEMENT DU ROND-POINT AVANT LES TRAVAUX.....	200
FIGURE 18 : L'EMPLACEMENT DU ROND-POINT PENDANT LES TRAVAUX.....	201
FIGURE 19 : MATRICE PAR VARIABLES SUR LES DONNEES A 9 VARIABLES	209
FIGURE 20 : MATRICE PAR INDIVIDUS SUR LES DONNEES A 9 VARIABLES	210
FIGURE 21 : MATRICE PAR VARIABLES DE L'ACP A 3 VARIABLES	213
FIGURE 22 : MATRICE PAR INDIVIDUS DE L'ACP A 3 VARIABLES	215
FIGURE 23 : ORIGINE DES ACTEURS INSTITUTIONNELS COALISES DANS LE RESEAU SENTINELLE (2012).....	219
FIGURE 24 : CORRELATION DENSITE DU RESEAU SOCIAL ET NOMBRE DE FRONTIERES.....	221
FIGURE 25 : RESIDUS DE LA REGRESSION DE LA DENSITE PAR LA DISTANCE ET LE PIB/HA.	222
FIGURE 26 : SYNTHESE DES APPORTS THEORIQUES	241

ENCADRES

ENCADRE 1 : UBER, UN MODELE DISRUPTIF MENANT A UNE CONTESTATION INSTITUTIONNELLE.....	16
ENCADRE 2 : EATALY, LE SUCCES MONDIAL D'UN ACTEUR DU « <i>FOOD MARKET</i> » ITALIEN	113
ENCADRE 3: ELABORATION DE THEORIES A L'AIDE D'ETUDES DE CAS	118
ENCADRE 4: CLASSE ET SOUS-CLASSE STATISTIQUE DE RATTACHEMENT DES FOOD TRUCKS.....	134
ENCADRE 5 : CHRONOLOGIE D'UN CONFLIT DANS LA VILLE DE NEW ORLEANS.....	138
ENCADRE 6 : LA CIRCULAIRE DU 12 AOUT 1987 SUR LES PRATIQUES PARA-COMMERCIALES.....	203

ANNEXES

ANNEXE 1 : DICTIONNAIRE DE LA GEOGRAPHIE ET DE L'ESPACE DES SOCIETES.....	247
ANNEXE 2 : TABLEAU DES ENTRETIENS DU CAS FOOD TRUCK.....	269
ANNEXE 3: GUIDE D'ENTRETIEN.....	271
ANNEXE 4: LISTE PRELIMINAIRE DE CODES	275
ANNEXE 5 : EXEMPLE DE CODAGE EN DOUBLE AVEUGLE.....	277
ANNEXE 6 : MATRICE PAR VARIABLE DE RESULTATS DU CODAGE FOOD TRUCKS	297
ANNEXE 7 : MATRICE PAR VARIABLE THEMATIQUE DU CODAGE DU SLOW FOOD	323

« Toute vue de choses qui n'est pas étrange est fausse.
Si quelque chose est *réelle*,
elle ne peut que perdre de sa réalité en devenant familière.
Méditer en philosophe, c'est revenir du familier à l'étrange,
et dans l'étrange affronter le réel. »
Paul Valéry, Choses vues

INTRODUCTION GENERALE

Le conflit social des chauffeurs de taxis dans les grandes villes françaises reste un évènement marquant de l'actualité économique de l'année 2015. Pendant que Uber exerçait des pressions sur les syndicats, l'Etat, et le système judiciaire afin de modifier à son avantage les règles en vigueur dans le secteur des taxis, elle améliorait sa notoriété auprès du public grâce à une politique de communication habile portant sur les valeurs de ses employés et une offre économique répondant aux attentes d'une clientèle délaissée par les taxis traditionnels.

Rétrospectivement, nous nous interrogeons sur les facteurs qui expliquent l'ampleur de cette crise.

Une lecture approfondie des motifs de ce conflit nous permet de constater que les changements mis en œuvre par la firme californienne dans l'espace concurrentiel concernent une reconfiguration des « modes d'usage de la spatialité »¹. Qu'entend-on par de nouveaux « usages de la spatialité » ? A ce stade, citons quelques exemples :

- La mobilité tout d'abord, stimulée par la réduction des coûts de transport et le développement des technologies de télécommunication, stimule la croissance exponentielle du tourisme international, porteur de bouleversements sociaux et politiques dans les pays cibles (Stock et Antonescu, 2011). Par ailleurs, la mobilité des travailleurs favorise de nouvelles formes de mobilité professionnelle spatiale bousculant les formes traditionnelles des organisations (Sergot et al., 2015; Sergot et al., 2012).

¹ Notre propos n'est pas ici d'éviter la dimension sociale du conflit Uber, notamment la question du statut des chauffeurs et les asymétries de charges d'exploitation, mais d'apporter un éclairage sur un aspect jusqu'ici peu évoqué concernant l'usage des spatialités.

- Dans le domaine territorial, la partition et la privatisation des espaces favorisent l'éclosion d'une nouvelle économie de l'accès (Lussault, 2009), conduisant à une « exténuation » du concept même de territoire (Pecqueur, 2009).

Ces quelques exemples mettent en évidence l'existence d'une tension institutionnelle provoquée par l'apparition de nouvelles formes d'usage de l'espace.

Pour approfondir notre intuition, nous nous proposons d'effectuer une analyse du cas Uber afin d'illustrer dans quelle mesure un nouvel « usage de la spatialité » est porteur d'un changement perturbant l'équilibre institutionnel (voir Encadré 1).

Encadré 1 : Uber, un modèle disruptif menant à une contestation institutionnelle

En juin 2015, des manifestations violentes se déroulent à Paris à l'encontre des affiliés Uber. La presse s'interroge à cette occasion sur ce phénomène : « De quoi Uber est-il le nom ? »². Pour mémoire, le projet de réforme de la profession de chauffeur de taxi a été initié avec le rapport de la commission Attali (2008), permettant d'aboutir à un nouveau cadre législatif pour l'activité de VTC (Voiture de Transport avec Chauffeur) en 2009. La croissance rapide des activités de Uber en France conduit une nouvelle fois le législateur à préciser les conditions d'exercice des VTC, avec l'adoption de la loi « Thévenoud » du 1er octobre 2014 imposant l'obtention d'une licence professionnelle et le non-recours à un service de géolocalisation embarquée.

Ces nouvelles dispositions législatives ciblent directement deux fonctionnalités de l'offre Uber : l'application mobile de géolocalisation et le recours à des chauffeurs non-professionnels (dans le cas de *UberPop*).

En réponse, la société californienne dépose une question prioritaire de constitutionnalité et un recours devant la commission européenne, tout en annonçant une extension de *UberPop* dans de nouvelles villes françaises en juin 2015. En effet, l'application Uber remet en cause le monopole de la maraude dévolu jusqu'alors aux taxis (possibilité d'être hélé dans la rue ou à proximité d'une borne sans réservation préalable). Le conseil constitutionnel s'interroge ainsi sur la rupture d'égalité en matière de concurrence qu'introduit la loi Thévenoud.

² Le Monde du 26 juin 2015

En quoi une fonctionnalité technique de géolocalisation représente-t-elle un enjeu concurrentiel ?

Si l'on se réfère aux commentaires de la Presse qui titre «Uber, l'Etat Impuissant³» nous pouvons nous demander en quoi cette fonctionnalité menace-t-elle les institutions ?

C'est dans cette perspective que nous avons étudié le modèle d'affaire de Uber afin d'identifier sa proposition de valeur, en nous inspirant de l'approche RCOV (Demil et Lecocq, 2010).

Notre conclusion est qu'un des éléments distinctifs de la proposition de valeur de Uber consiste à fournir gratuitement, via son application mobile, des informations à caractère spatial.

Trois notions de la spatialité structurent en effet l'application proposée en téléchargement gratuit :

- **La mobilité** du dispositif de l'application lui même, embarqué sur un Smartphone; mobilité comme enjeu de la mise en relation puisque c'est l'intention de mobilité manifestée par un demandeur qui est le fait générateur d'une transaction.
- **La géolocalisation** ou positionnement dans des repères spatiaux auto centrés de deux interlocuteurs : le demandeur et le fournisseur de service (dans ce cas le chauffeur de VTC équipé du dispositif).
- **La réduction de la distance relationnelle**, par l'effet de la mise en réseau au travers de l'application numérique. Non seulement la distance digitale, c'est à dire virtuelle, vient se substituer à la distance autrefois vécue physiquement (en se déplaçant vers la borne de taxi), mais de plus, le temps de franchissement de cette distance est réduit à une portion négligeable en raison du recours au réseau numérique, de structure topographique, quand le cheminement physique empruntait les règles de la structure topologique.

Ainsi, le cas Uber nous permet d'apprécier que de nouvelles formes d'usage de l'espace, dans une proposition de valeur combinant mobilité, géolocalisation et réduction de la distance relationnelle, représentent non seulement un bouleversement de l'équilibre concurrentiel, mais plus considérablement un défi pour l'ordre institutionnel. Trois niveaux distincts des institutions sont questionnés : les rapports sociaux, que reflètent les tensions entre catégories de chauffeurs et les utilisateurs ; l'Etat, dont la capacité réglementaire ainsi que la capacité à maintenir l'ordre public sont mises à l'épreuve; la justice, enfin, appelée à statuer sur un cas complexe de maintien des règles de concurrence.

A ce titre, la réaction en défense d'un arrangement institutionnel pré existant par une profession (les taxis), un organe de contrôle (le préfet) et de régulation (l'Etat), illustre un cas exemplaire de maintenance institutionnelle.

³ Libération du 26 juin 2015

Le nouvel « usage de la spatialité » mis en évidence dans l'Encadré 1 vient questionner trois ensembles constitués : les rapports sociaux, l'Etat, la justice. Or, ces trois ensembles recouvrent trois acceptions complémentaires de l'institution dans les champs disciplinaires de l'économie et de la gestion : l'institution « endogène », résultat d'un équilibre des interactions sociales au sens d'équilibre de Nash (Aoki, 2007), produisant des scripts cognitifs « tenus pour acquis » qui structurent les actions; l'institution comme force de régulation politique encadrant l'économie par la promulgation de règles du jeu explicites (North, 1990); l'institution comme ensemble construit de règles juridiques permettant de définir la frontière entre marché et organisation, et par là même la notion de firme et de concurrence, à travers la régulation des droits de propriété et l'arbitrage des contrats (Williamson, 1986).

Quand de nouvelles pratiques menacent conjointement le pouvoir de régulation politique, les règles régissant les droits de propriété et le cadre cognitif des interactions sociales, il nous apparaît que les questions portant sur l'espace concurrentiel sont de second ordre, dans la mesure où la structure des espaces concurrentiels est elle-même encadrée par les trois formes institutionnelles précitées.

Le cadre théorique néo-institutionnaliste permet d'appréhender et de comprendre les mécanismes à l'œuvre.

Le modèle qui nous paraît le plus pertinent pour analyser et expliquer l'évolution des formes institutionnelles ainsi soumises à de nouveaux modèles est celui du travail institutionnel (Lawrence et al., 2006).

En effet, ce cadre permet d'associer les notions de projet, de ressource, d'action intentionnelle (*agency*) à travers l'analyse d'un processus de changement institutionnel (Leca et al., 2008; Battilana, 2006) et d'en mesurer l'effet sur les structures institutionnelles, résultat d'un

processus de légitimation cognitive de conventions comportementales (DiMaggio, 1988; Suchman, 1995).

Dans un premier temps, ce cadre théorique précise l'intention stratégique, personnifiée sous le concept d'entrepreneur institutionnel, dans la lignée des travaux séminaux de (DiMaggio, 1988).

Dans un second temps, la propagation des pratiques s'explique par les modèles de diffusion des nouveaux scripts via des formes d'organisation collective du travail institutionnel, tels que les réseaux normatifs. Cette modalité du travail institutionnel est théorisée, tant dans le cadre des mouvements à dimension sociétale (Maguire et Lawrence, 2004) que dans celui des organisations professionnelles et de la structuration de nouvelles pratiques (Lounsbury et Crumley, 2007) conduisant à une remise en cause des cadres cognitifs « tenus pour acquis ».

Les études sur le travail institutionnel permettent en outre de révéler l'ensemble des stratégies des acteurs impliqués dans un changement institutionnel, y compris les tenants de la maintenance institutionnelle, comme illustré par le cas de la musique dématérialisée (Blanc et Huault, 2014; Blanc et Huault, 2010).

Les stratégies des différents acteurs sont révélatrices de tentatives d'exercer un contrôle politique sur les parties prenantes à travers l'exploitation du discours (Huault et Leca, 2009) et renvoient à l'un des visages de l'entrepreneur institutionnel, « prince » politique dans l'acception originale de Machiavel (Levy et Scully, 2007) ou acteur social (Fligstein, 1997; Fligstein, 2001).

La portée prédictive du modèle néo-institutionnel permet de valider la pertinence du choix de ce modèle théorique. Ainsi, dans le cas Uber, des juges seront saisis et appelés à statuer sur la question (dimension normative); le gouvernement sera amené à légiférer (dimension réglementaire); les sociétés de taxi développeront en réponse de nouvelles applications de

géolocalisation, conférant progressivement à la nouvelle pratique une légitimité institutionnelle (dimension cognitive).

PROBLEMATIQUE DE LA RECHERCHE

Le détour emprunté en Encadré 1 nous a permis de mettre en évidence le rôle d'une fonction « spatiale » sur l'organisation des représentations cognitives : la fonction de géolocalisation sur un appareil mobile est une instrumentation nouvelle qui modifie les représentations individuelles de la navigation (l'espace devient auto centré), les significations associées aux lieux (la part symbolique est reconfigurée) et les possibilités de mise en relation (par connexité). Un nouveau mode de médiation entre offre et demande via une application mobile se substitue au lieu initial que matérialisait la borne de taxi, symbole urbain quasi d'ordre totemique, vers lequel convergeait l'utilisateur en recherche d'une solution de mobilité. Or, c'est justement sur ce point que le législateur a voulu intervenir. **Dès lors, nous pressentons que du point de vue des institutions, modifier les modes de représentations de l'espace est une limite dont le franchissement déclenche des mécanismes de protection.**

L'analyse de la valeur distingue un élément qui met à mal les institutions : l'espace

Le phénomène ainsi identifié nous amène à nous interroger sur cette tension entre espace et institution. L'avènement des nouveaux modes de représentation et d'usage de l'espace via les systèmes d'information géographiques (SIG) ou les applications de géolocalisation de l'Internet embarqué semblent ainsi entraîner une remise en cause des pratiques et schémas cognitifs constitutifs des arrangements institutionnels. Cette modification de la sphère cognitive est potentiellement porteuse de changement institutionnel.

Ce lien entre mode de représentation de l'espace et institution n'est pas nouveau. Les géographes ont ainsi souligné que les modes de représentation cartographiques étaient liés à

des moments institutionnels, compte tenu de la dimension performative de l'information spatiale. Rétrospectivement l'étude des espaces géographiques a permis aux historiens comme Georges Duby de décrypter les structures de la société médiévale en étudiant la relation entre l'organisation institutionnelle et la construction de l'espace. Ne perdons pas de vue que les institutions pensent en retour l'espace et le façonnent à travers un processus de classification qui leur est propre (Douglas, 2004).

Plus récemment, les géographes s'accordent pour reconnaître qu'une révolution cognitive dans notre rapport à l'espace est en route avec l'adoption et la diffusion des Systèmes d'Informations Géographiques (SIG) (Lévy et al., 2004).

Le célèbre logo de pointage de *googlemaps* (voir illustration en Figure 1), présent sur de nombreux supports, est à ce titre une illustration de cette révolution cognitive : nous acceptons désormais de façon « tenue pour acquise » la valeur informative de ce logo de pointage lancé par Google voici tout juste dix ans.



Figure 1 : Exemple de pictogramme à information spatiale

QUESTION DE RECHERCHE

Ainsi, nous pouvons émettre la question suivante : existe-t-il un lien entre la caractéristique fonctionnelle, la dimension spatiale et un changement institutionnel, tant au niveau des modèles cognitifs que des stratégies d'acteurs ?

Si nous reformulons cette question à l'aide de catégories plus globales, nous sommes en mesure de nous interroger plus directement sur **le rôle de l'espace sur les institutions**.

La question de recherche principale sera donc : **une action sur l'espace favorise-t-elle le travail institutionnel ?** L'action sur l'espace comprendra l'ensemble des ressources, compétences, attributs et intentions d'un acteur (dans une perspective de démarche stratégique) ; le travail institutionnel comprendra l'ensemble des actions (telles que définies par le courant de la théorie néo-institutionnelle) relatives à la création, maintenance ou destruction des institutions.

RETOUR VERS LA LITTÉRATURE

Cette question du rôle de l'espace sur les institutions a-t-elle déjà été traitée dans les différents courants du management stratégique, et en particulier dans le champ théorique des approches néo-institutionnelles ?

En stratégie, quels sont les différents travaux mobilisant le rôle de l'espace ?

La création en 2005 d'un atelier au sein de l'AIMS⁴ intitulé « stratégies espaces et territoires », animé par Jacques Lauriol, Véronique Perret et Franck Tannery résume bien la problématique soulevée par l'utilisation de concepts spatiaux en stratégie : alors que les termes et références ou méthodologies utilisées empruntent massivement aux termes spatiaux,

⁴ Association Internationale de Management Stratégique. <http://www.strategie-aims.com/>

les auteurs pointent la faiblesse théorique de la dimension spatiale dans les travaux académiques (Lauriol et al., 2008b). Ce constat est important dans notre démarche puisque nous verrons que l'absence de terminologie sur l'espace dans certains champs théorique va nous inciter à élargir dans un premier temps notre recherche conceptuelle.

L'appréhension de l'espace en sciences de gestion, et plus particulièrement en stratégie, passe par deux principaux points de vue.

Le premier, dérivé des travaux de la branche de l'économie géographique, s'attache à résoudre la question épineuse des localisations et de leurs externalités sur les différents processus de l'entreprise, dans la lignée des travaux des grands économistes de l'agglomération (Fujita et Krugman, 1995; Krugman, 2000). En particulier, la question de la distribution des ressources dans une perspective spatiale permettra d'appréhender le rôle de l'espace sur les designs organisationnels. Des applications concrètes vont concerner l'influence des questions de distance inter ou intra organisationnelle sur des processus comme la recherche et le développement (Angué et Mayrhofer, 2010). Nous pouvons qualifier cette conception de l'espace de positionnelle.

Le second point de vue concerne l'analyse des territoires et s'inscrit dans la filiation des travaux sur les districts industriels (Marshall, 1930; Asheim, 2000; Lauriol et al. 2008a). Les territoires sont en effet définis comme une forme d'organisation unique, combinant espace géographique avec des espaces organisationnels et institutionnels, favorisant des externalités en matière industrielle, d'innovation et de professionnalisation de la main d'œuvre. Les sujets d'étude portent sur les questions de gouvernance des territoires ou l'analyse des relations entre acteurs, organisations et institutions en vue d'expliquer l'origine des externalités produites par le district. Des modèles d'organisation territoriale sont ainsi proposés, depuis le milieu créatif (Becattini, 1992), jusqu'au modèle générique du cluster *portérien* (Porter,

2000). Cette conception de l'espace est d'avantage relationnelle que la précédente puisqu'elle s'appuie sur une construction du territoire en se référant aux relations sociales (Dimou, 1994). En pratique, les frontières entre les deux points de vue, positionnel ou relationnel, sont moins marquées. Compte tenu du constat effectué sur la faiblesse terminologique des notions d'espace, une grande perméabilité conceptuelle existe. Nous soulignerons néanmoins que le courant novateur de l'économie des proximités est, à notre avis, le courant théorique ayant posé de façon la plus précise les définitions conceptuelles de l'espace et de la distance et proposé un corpus théorique cohérent sur la notion de proximité, définie comme un mode d'agencement à la fois positionnel et relationnel, générateur d'externalités positives sur les processus (Gilly et Torre, 2000; Zimmermann, 2008; Rallet et Torre, 2004; Talbot, 2009).

En théorie néo-institutionnelle, quel est le rôle dévolu à l'espace ?

La théorie néo-institutionnelle est une branche issue de la Nouvelle Economie Sociologique (NES). La NES rejette les paradigmes de l'économie classique d'atomisation et de maximalisation des individus abstraits pour adopter le principe de la rationalité limitée. Trois grands courants caractérisent la NES : la théorie des réseaux, représentée par Granovetter, la sociologie culturelle, illustrée par Viviana Zelizer et la théorie des organisations, avec Walter Powell. Dans ce dernier courant, les travaux de Powell et Di Maggio révèlent que les organisations ne sont pas structurées uniquement par des critères rationnels mais adoptent des formes liées à des mécanismes cognitifs (DiMaggio et Powell, 1983). Les deux concepts clés regroupant les divers courants de la NES sont le concept d'encastrement et la construction sociale des institutions autorisant une forme « *d'agency* » (Levesque et al., 2001).

Ce rappel des fondements théoriques de la NES a des conséquences dans la formulation de notre problématique de recherche : si les rapports sociaux sont encastres, ils s'inscrivent aussi dans une configuration géographique. La distribution géographique reflète également des

réalités sociale disparates ; il est donc pertinent d'associer distance spatiale et distance sociale. Nous rejoignons ici une conception structuraliste. De façon cohérente, l'ensemble des appréciations portées sur le rôle de l'espace dans le courant de la TNI suit cette conception par l'encastrement ; l'espace est généralement considéré comme un état, un frein à l'action compte tenu de la dispersion des acteurs, ou une condition de « sur-encastrement ». Il n'y a donc pas de rôle effectivement décrit de l'espace sur la construction sociale des institutions, mis à part son couplage avec une réalité sociale dont il serait une manifestation physique.

Or, le deuxième concept clé de la TNI est « *l'agency* », inscrivant ce courant comme une théorie de l'action (DiMaggio, 1988) : aussi, la prise en compte de la distance comme différenciation de réalités sociales distinctes laisse entrevoir qu'une *agence* est possible. En effet, en réduisant la distance nous serions ainsi en mesure de modifier à la fois les rapports sociaux et la distribution spatiale. Nous identifions ici la possibilité d'une *agence* sur le couple formé par les distances sociales et géographiques (sans pour autant déterminer à ce stade qui fait bouger qui). Nous voyons ici que la NES, et en particulier le courant néo-institutionnaliste, offre une possibilité théorique d'action conjointe sur la distance et sur l'espace. Cette possibilité théorique est une invitation à en explorer toutes les dimensions, comme proposé dans notre problématique.

DEMARCHE DE RECHERCHE

La recherche sera de type exploratoire hybride.

Notre recherche consiste à étudier le rôle de l'espace sur les institutions à l'aide d'un cadre théorique n'ayant pas formellement effectué de recherches dans cette optique, mais offrant suffisamment d'ouvertures conceptuelles pour en accepter la possibilité. De ce point de vue, notre recherche sera de nature exploratoire. Nous adopterons une exploration de type hybride qui « ...consiste à procéder par allers-retours entre des observations et des connaissances

théoriques tout au long de la recherche. Le chercheur a initialement mobilisé des concepts et intégré la littérature concernant son objet de recherche. Il va s'appuyer sur cette connaissance pour donner du sens à ses observations empiriques en procédant par allers-retours fréquents entre le matériau empirique recueilli et la théorie. La démarche est abductive dans ce cas.» (Charreire-Petit et Durieux, 2014: 93).

Nous devons construire de nouveaux concepts.

La première conséquence du choix d'une exploration hybride est qu'il conviendra d'élargir notre compréhension conceptuelle de l'espace, de ses différentes dimensions afin d'appréhender efficacement son rôle sur les institutions et le travail institutionnel. Cet approfondissement conceptuel s'appuie sur une démarche de type interdisciplinaire, consistant en une mise en réciprocity de deux disciplines, les sciences de gestion et la géographie, permettant de décrire et de comprendre la complexité de l'objet d'étude commun (Darbellay, 2011). Il apparaît dès lors pertinent dans la revue de littérature de se pencher sur les travaux de géographes permettant ce dialogue interdisciplinaire. L'identification des auteurs est facilitée par l'existence d'un courant théorique français de la nouvelle géographie sociale (Scheibling, 2011), soucieux de décloisonner la discipline en engageant un débat critique avec les autres sciences, à l'instar des rapprochements théoriques ébauchés par le groupe atelier « Stratégies Espaces et Territoires » de l'AIMS avec le géographe Michel Lussault (Lauriol et al., 2008b), ou encore l'édition d'un « Dictionnaire de la Géographie et de l'Espace des Sociétés » (Lévy et Lussault, 2013), regroupant un collectif de cent dix auteurs dépassant le cadre strict de la géographie pour embrasser l'ensemble des disciplines en Sciences Humaines et Sociales (voir Annexe 1).

La recherche portera sur des études de cas.

L'exploration hybride implique une démarche abductive (Charreire-Petit et Durieux, 2014). Cette démarche abductive implique des allers et retours entre les faits observés et les concepts retenus. L'observation des faits se fera sur la base d'étude de cas multiples (Yin, 2009). Nous retiendrons plusieurs cas. Si deux cas ou plus permettent de confirmer le même résultat théorique, alors le principe de réplication peut être admis. La sélection des cas se fera en fonction de la cohérence du cas avec la proposition théorique. En effet, la généralisation théorique à partir de l'étude de cas proviendra non pas d'une réplication statistique mais de cette cohérence théorique qu'il conviendra de valider. A ce titre nous nous inspirerons des modalités des études de cas à visée théorique (Eisenhardt, 1989).

Choix d'un dispositif méthodologique : une recherche mixte

La méthodologie devra être transparente et détaillée de manière à ce qu'elle soit répliquable sur d'autres contextes empiriques (Eisenhardt, 1989).

Nous effectuerons une triangulation des méthodes dans le cadre d'une méthode de recherche mixte, en combinant approche qualitative et quantitative afin d'accroître la portée et la profondeur des résultats (Johnson et al., 2007).

La recherche qualitative s'appuiera sur des entretiens semi-directifs, sur lesquels nous effectuerons un codage manuel en double aveugle (Miles et Huberman, 2003). La recherche quantitative sera effectuée sur la base de données secondaires textuelles et numériques. Nous réaliserons des analyses en composantes principales suivies d'une analyse de régression multiple. Nous exploiterons l'ensemble des données issues du traitement qualitatif et quantitatif de façon abductive, en cherchant à soumettre des propositions de nature théorique sur la base des faits observés (Eco, 1988).

LE CONTEXTE EMPIRIQUE.

Les études de cas seront sélectionnées en fonction de la démarche abductive, en partant d'un ou plusieurs faits surprenants ne trouvant qu'une explication partielle par le(s) cadre(s) théorique(s). Le chercheur décidera d'explorer plus avant des cas présentant des caractéristiques communes à ce(s) fait(s) surprenant(s). Les cas seront sélectionnés dans le secteur des pratiques alimentaires. Trois cas initiaux seront choisis : les food trucks dans l'espace francilien, le Slow Food dans l'espace européen et le critique Robert Parker dans l'espace des représentations vinicoles. Ce dernier cas sera abandonné après une évaluation conforme à la démarche abductive.

La Figure 2 présente l'architecture du travail de thèse et les grandes étapes retenues.

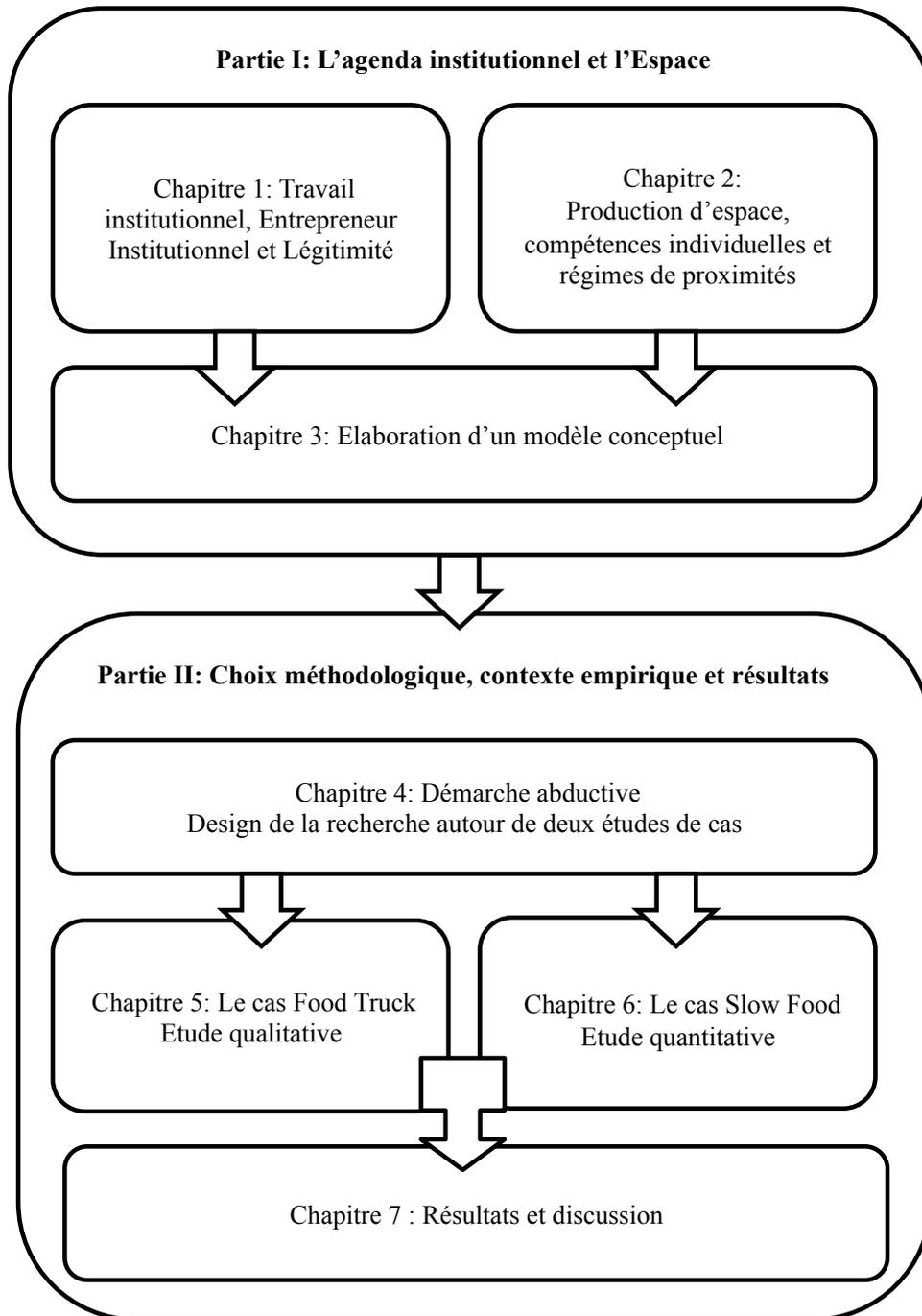


Figure 2 : Architecture de la thèse

PARTIE I. L'AGENDA INSTITUTIONNEL ET L'ESPACE

Chapitre 1: Travail institutionnel, Entrepreneur Institutionnel et
Légitimité

Chapitre 2: Production d'espace, compétences individuelles et
régimes de proximités

Chapitre 3: Elaboration d'un modèle conceptuel

Cette partie a pour objectif d'approfondir notre connaissance du cadre théorique de référence permettant de traiter la question de recherche.

Nous avons justifié en introduction notre choix des champs théoriques et disciplinaires mobilisés afin d'appréhender le rôle de l'espace sur les institutions. Une phase de revue de la littérature permettra d'en définir les concepts et d'en établir les relations afin d'en identifier les propriétés. La revue de littérature est une étape particulièrement importante dans le cadre d'une recherche exploratoire dont l'objet est de faire émerger une extension des propriétés et les nouvelles relations des concepts ainsi retenus.

Cette première partie est constituée de trois chapitres.

Le premier est consacré à la revue de littérature sur le travail institutionnel et l'entrepreneur institutionnel. Concernant les institutions nous adopterons une décomposition par point de vue du champ théorique (Martinet et Pesqueux, 2013) afin d'effectuer le classement des thèmes de la littérature néo-institutionnelle.

Le deuxième est consacré à une définition de l'espace qui soit pertinente :

- En étudiant les concepts théoriques de la géographie dont la qualité descriptive et la concordance thématique nous paraissent correspondre au projet de recherche.
- En scrutant le rôle des régimes de proximités (Gilly et Torre, 2000; Torre, 2010; Talbot, 2009) notamment l'influence qu'ils exercent sur les conditions des interactions (Weick et al., 2005) dans l'obtention de légitimité (Suchman, 1995), à la fois condition et but du travail institutionnel.

Enfin, dans le dernier chapitre nous effectuerons trois rapprochements théoriques qui serviront de base à l'établissement du cadre conceptuel au confluent des questions d'institution et d'espace.

Ce cadre sera le préalable à l'identification des indicateurs, variables et mesureurs dont nous servirons dans la seconde partie (voir l'architecture générale de la thèse en Figure 2).

CHAPITRE 1. TRAVAIL INSTITUTIONNEL, ENTREPRENEUR INSTITUTIONNEL ET LEGITIMITE

1.1 Les institutions

1.2 Le fonctionnement des institutions et la dynamique du changement

1.3 L'organisation du travail institutionnel : tensions entre équilibre collectif et personnalisation de l'entrepreneur institutionnel

1.4 Le travail institutionnel : une séquence d'actions convergeant vers la légitimité

1.5 Les stratégies de légitimation

1.1 LES INSTITUTIONS

Il convient de bien définir la notion d'institution, de nombreux courants « institutionnalistes » font référence au même terme en utilisant des acceptions différentes. Cette diversité d'utilisation dans des modèles différents s'accompagne du fait que le concept d'institution est généralement sous-théorisé (Hwang et Colyvas, 2010).

Le Tableau 1 présente une typologie des termes encadrant l'institution en nous inspirant des définitions de (Di Maggio et Powell, 1997) et (Boyer, 2003). L'intérêt de cette typologie est de classer les différents concepts reliés à l'institution par degré « transcendantal » décroissant, mais aussi d'envisager les actions que chaque concept entretient avec l'autre. En effet, ces concepts portent sur des objets qui interagissent étroitement les uns avec les autres. Les frictions qui en découlent sont à l'origine de la structuration de l'institution vers un état stable.

Notion Clé	Définitions et références académiques	Description
Constitution	Les conventions ont un statut de quasi-règle dans la pensée et l'action (Meyer et Rowan, 1991 ; Jepperson, 1991 ; Douglas, 2004) cités chez (Di Maggio et Powell, 1997).	Ensemble de règles générales permettant de résoudre les conflits entre instances de niveau inférieur.
Institution	Les institutions sont des macro abstractions, «des prescriptions impersonnelles et rationalisées» (Meyer et Rowan, 1991), des «typifications» partagées, indépendantes de toute instance particulière susceptible d'exiger une allégeance morale.	Procédure immatérielle permettant de structurer les interactions entre les organisations et les individus.
Organisation	L'accent est mis dans les relations inter-organisationnelles (mimétisme, isomorphisme) pour expliquer les évolutions des organisations (Meyer et Rowan, 1991, DiMaggio et Powell, 1991). Par opposition, l'ancien institutionnalisme mettait l'accent sur les relations intra organisation entre coalitions et cliques (Selznick, 1949)	Structure de pouvoir et ensemble de routines permettant de surmonter les problèmes de coordination et les comportements opportunistes.
Routine	Une des formes de cognition permettant de diminuer le degré d'incertitude et de favoriser les échanges sociaux (Simon, 1945 ; March et Simon, 1958 ; Cyert et March, 1963).	Ensemble de règles d'action dérivant d'une codification tacite.
Convention	Les conventions ont un statut de quasi-règle dans la pensée et l'action (Meyer et Rowan, 1991 ; Jepperson, 1991 ; Douglas, 1986 : 46-48).	Ensemble d'anticipation et de comportement se renforçant mutuellement.
Habitus	L'habitus est une construction analytique, un système «d'improvisation régulée» ou de règles génératives qui représentent l'intériorisation (cognitive, affective et évaluative), par les acteurs, d'expériences passées sur le fondement de typifications partagées de catégories sociales (Bourdieu et Passeron, 1977)	Ensemble de comportements incorporés dans les individus.

Tableau 1 : Une définition du concept d'institution - d'après (Boyer, 2003) et (Di Maggio et Powell, 1997)

L'institution comme résultat d'un processus de nature constitutionnelle

Pour North les institutions « se composent d'une structure politique qui désigne la façon dont nous développons et agrégeons les choix politiques, d'une structure des droits de propriété qui définit les incitations économiques formelles, d'une structure sociale – les normes et les conventions – qui définit les incitations informelles dans l'économie » (North, 2005 : 49) in (Chabaud et al., 2004; Chabaud et al., 2005). Les institutions sont donc régies par un ensemble de contraintes et de lois (cité dans (Lawrence et al., 2006)) qui influencent directement le comportement des individus ou des organisations que nous pouvons assimiler aux constitutions.

L'institution comme produit immatériel des interactions sociales

Jepperson ouvre une brèche dans cet ordre en s'interrogeant sur la constitution même des institutions : « *institutions are the product (intentional or otherwise) of purposive action. Institutions, are 'an organized, established procedure' that reflect a set of 'standardized interaction sequences'* » (Lawrence et al., 2006: 216).

L'accent est mis sur le rôle structurant des institutions dont la finalité est de favoriser le jeu des interactions sociales, en fixant un ensemble de conditions dont la déviation entraîne une sanction: « *Institutions are commonly defined as 'rules, norms, and beliefs that describe reality for the organization, explaining what is and is not, what can be acted upon and what cannot' (Hoffman, 1999: 351). As taken-for-granted, culturally embedded understandings, they specify and justify social arrangements and behaviors, both formal and informal. Institutions can thus be usefully viewed as performance scripts that provide 'stable designs for chronically repeated activity sequences,' deviations from which are counteracted by sanctions or are costly in some manner (Jepperson, 1991: 145) (Garud et al., 2007: 958).*

Si l'institution est reconnue comme normative, « *Institutions inevitably involve normative obligations but often enter into social life primarily as facts which must be taken into account by actors. Institutionalization involves the processes by which social processes, obligations, or actualities come to take on a rule like status in social thought and action* » (Meyer et Rowan, 1977: 341) il convient néanmoins de s'y intéresser prioritairement comme un ensemble de processus, d'obligations permettant d'encadrer de manière optimale la pensée et l'action.

La distinction entre l'ancien institutionnalisme et le nouvel institutionnalisme, est issue de cette différence : le premier situe les normes (morales, de valeur...etc.) comme constitutif des institutions, pour le second ce sont les scripts tenus pour acquis (*taken for granted*) les règles et classifications qui constituent les institutions.

L'institution en conflit avec les organisations

Une explication alternative sur les institutions consiste à conférer aux organisations une personnalité autonome lui conférant une capacité d'action: il n'est pas question de comportements isomorphes, les organisations ne subissent pas les institutions, elles ont des options stratégiques qui leur permet de sortir du cadre des scripts ou des mythes. Cette explication trouve son origine dans les travaux de Selznick, pour qui l'organisation se développe de façon autonome en relation avec son environnement en produisant ses propres valeurs et normes. Selon la théorie des dépendances les organisations disposent d'options stratégiques leur permettant de résister aux institutions : elles sont en mesure soit de manipuler les dépendances externes, soit d'exercer une influence sur l'accès aux ressources (Oliver, 1991). Nous soulignerons ici l'évolution récemment observée sur «l'organisation qui tend à s'institutionnaliser» et rentre en conflit de pouvoir avec l'institution elle-même (Martinet et Pesqueux, 2013). Cette hypothèse est en effet particulièrement probante

concernant les entreprises multinationales dont la taille et les moyens dépassent ceux de certains Etats ou institutions internationales.

L'institution comme convention

Dans cette acception, la convention sert d'avantage à fixer par anticipation le cadre d'action que d'assurer l'optimum des interactions (Dupuy, 1989). Les conventions sont généralement moins formalisées et intériorisées, citons par exemple la convention fixant les règles de rappel lors d'une coupure téléphonique (par convention celui qui a initié le premier appel).

L'institution comme habitus

Enfin, l'institution comme habitus (Bourdieu, 1994) représenterait une forme totalement intériorisée des institutions s'exprimant d'avantage par la pratique ou les artefacts utilisés dans la vie quotidienne.

Nous adopterons une définition des institutions comme étant le produit et le cadre des interactions sociales, en nous inscrivant dans le courant théorique néo-institutionnaliste.

Dans cette acception, les institutions sont fondamentalement cognitives (Phillips et Malhotra, 2008).

En effet, les mécanismes par lesquelles l'institution est intériorisée sont d'ordres cognitifs (Phillips et Hardy, 2002) : en se référant à la psychologie cognitive, DiMaggio explique que la culture est stockée de façon désordonnée chez l'individu ce qui entraîne un « fardeau pour organiser l'information » (DiMaggio, 1997: 268). L'individu se repose alors sur des schémas, des scripts, d'autant plus faciles à exploiter que ce sont des schémas existants. Les institutions incorporent ces schémas et les rendent légitimes, ce qui conduit à les rendre tenus pour acquis (*taken for granted*).

1.2 LE FONCTIONNEMENT DES INSTITUTIONS ET LA DYNAMIQUE DU CHANGEMENT

La diffusion des scripts légitimes par les institutions a un effet sur les organisations. Une des caractéristiques des sociétés modernes est l'accroissement des mécanismes institutionnels de rationalisation des formes d'action. Ces « mythes rationnels » renforcent la légitimité de la des organisations qui s'y conforment (Meyer et Rowan, 1977). En effet, les organisations en adoptant des mécanismes d'isomorphisme découplés de principes d'efficacité vont structurer les champs organisationnels de façon de plus en plus contrôlées (par des normes, une conscience professionnelle et l'existence de groupes de domination et de coalition) (DiMaggio et Powell, 1983).

Il est dès lors légitime de s'interroger sur les occasions de changement ou d'évolution des institutions en particulier si les organisations adoptant des comportements mimétiques ont tendance à figer les situations dans les champs organisationnels.

Dans l'approche normative des institutions (North, 1990), le changement dans les croyances des agents remettant en cause la valeur de la norme offrira une possibilité d'évolution des institutions.

En revanche, dans l'approche néo-institutionnelle, plusieurs explications concurrentes sur la dynamique du changement institutionnel sont envisagées.

Approche par les conflits de pouvoir au sein des champs organisationnels

Une approche s'intéresse à la façon dont les conflits de pouvoirs au sein des champs organisationnels produisent de nouveaux équilibres qui vont modifier les arrangements institutionnels (Greenwood et al., 2002). Le champ est un espace intermédiaire entre les organisations et les institutions : on observe de nombreux conflits de pouvoir au sein des hiérarchies instaurées dans les champs (Levy et Scully, 2007). Cette conception permet une lecture politique des changements institutionnels, dans laquelle le pouvoir est à la fois la force

qui va faire évoluer les institutions et une manifestation des institutions. Dans cette perspective, la compréhension des mécanismes du pouvoir est essentielle pour effectuer une analyse des institutions. De nombreuses grilles théoriques sont proposées, depuis la tradition gramscienne (Levy et Scully, 2007), à la définition des formes de pouvoir selon Lukes, et une définition adaptée de Lawrence : « en tant que relation telle que les croyances et les comportements d'un acteur sont influencés par un autre acteur ou un système » (Huault et Leca, 2009: 137). L'avantage de cette approche est de compléter la palette des mécanismes théoriques macro ou conceptuels agissant sur les institutions (comme les interactions, ou la notion d'équilibre) de formes d'actions propres à l'exercice du pouvoir, qui sont plus faciles à opérationnaliser dans le cadre d'une recherche telles la manipulation discursive ou la création de coalitions.

Approche par les logiques institutionnelles

Une explication concurrente au sein du courant néo-institutionnel veut que ce sont les logiques institutionnelles qui façonnent les institutions (Thornton et Ocasio, 2008) en un ensemble de valeurs ou de références ; la société est un système inter institutionnel, chaque sous-ensemble produisant un assemblage de logiques pouvant entrer en conflit. Ce sont les logiques institutionnelles qui permettent l'action en même temps qu'elles la contraignent. Cette approche partage avec la théorie de l'économie des valeurs (Boltanski et Chiappello, 1999) et la théorie de la régulation (Boyer, 2003) la notion de sous ensembles institutionnels cohérents encadrant l'action ou générant des formes d'équilibre.

Approche par l'équilibre et la stratégie des jeux

Les institutions permettent la coordination optimale des anticipations et des stratégies et l'interaction entre acteurs car elles sont le résultat d'un modèle d'équilibre que l'on retrouve

dans la théorie des jeux : « *institutions are a self sustaining system of shared beliefs about a salient way in which the game is repeatedly played* » (Aoki, 2001: 10). Cette définition introduit une dynamique du changement liée à la recherche de l'équilibre (un équilibre type Nash) et répond de manière théorique sur l'origine même de l'institution (là où le modèle de North laisse partiellement en suspens la question de l'origine et de l'adaptation des institutions).

Approche par les actions cognitives

La dernière approche s'intéresse aux actions cognitives répétées d'un ou plusieurs acteurs, transformées par un travail d'énoncé. Les chocs externes ne suffisent pas à expliquer les mécanismes de conflits cognitifs, comme par exemple l'innovation souvent citée comme suspect principal (Munir, 2005). Dans un tel contexte, il existe en effet une opportunité pour une cognition délibérative, quand intervient un conflit entre les schémas externes légitimés par les institutions et les structures mentales internes. La dissonance cognitive permet alors à l'acteur de remettre en cause les scripts institutionnels, sous certaines conditions (DiMaggio, 1997) mais néanmoins avec une fréquence rare.

Cette dernière proposition théorique est assimilable à un boson de Higgs⁵, élément explicatif d'un modèle théorique mais non décelable en tant que tel. Elle revient en effet à accepter l'idée qu'un conflit cognitif individuel ait la capacité de modifier un système institutionnel global et collectif conçu comme un équilibre de Nash (Aoki, 2001) au plan de la société entière.

⁵ L'existence du boson de Higgs a été postulée en 1964, bien avant sa mise en évidence de façon expérimentale, pour expliquer le modèle standard de la physique des particules. Des publications scientifiques en 2013 semblent attester de sa découverte à travers une série d'expériences menées au CERN en 2012.

1.3 L'ORGANISATION DU TRAVAIL INSTITUTIONNEL : TENSIONS ENTRE EQUILIBRE

COLLECTIF ET PERSONNIFICATION DE L'ENTREPRENEUR INSTITUTIONNEL

Une des raisons invoquée pour expliquer le changement institutionnel par une action individuelle serait donc l'entrepreneur institutionnel « *new institutions arise when organized actors with sufficient resources (institutional entrepreneurs) see in them an opportunity to realize interests that they value highly* » (DiMaggio, 1988: 14).

Caractéristiques de l'entrepreneur institutionnel

Il est généralement identifié et nommé par les membres du champ organisationnel (voir l'article séminal sur le traitement du HIV/SIDA par (Maguire et Lawrence, 2004), champ au sein duquel il occupe une position de sujet. Les projets « institutionnels » de l'EI sont inscrits dans une combinaison de ses passions personnelles et de son attitude psychologique par rapport à l'action: le projet institutionnel devient ainsi une expression de la construction individuelle; l'indépendance de vue et confort avec la marginalité, le désir de performance et d'être reconnu, le sens de l'action (*agency*) et du devoir soutiennent le passage à l'action. Le processus de remise en cause d'une institution débute généralement avec une démarche de problématisation; cette problématisation peut être vécue et expérimentée directement par l'acteur avant qu'elle ne soit adressée de manière réflexive (Kisfalvi et Maguire, 2010).

Un rapprochement entre la théorie entrepreneuriale et la figure d'entrepreneur institutionnel nous intéresse tout particulièrement ici. En effet, le terme d'entrepreneur institutionnel peut poser un problème par sa référence au « héros » schumpétérien entraînant une mise en garde idéologique sur son utilisation (Levy et Scully, 2007). Néanmoins, cette convergence de terme permet un rapprochement avec un ensemble de propositions théoriques descriptives de l'entrepreneur qui va enrichir la définition de l'entrepreneur institutionnel (Garud et al., 2007). Ainsi, nous retiendrons la capacité à mobiliser le savoir, la cognition, le locus of

control, la dimension culturelle, la capacité à exploiter les réseaux sociaux et la compétence d'identification des imperfections du marché (Pacheco et al., 2010).

1.3.1 Dépasser la dimension héroïque

Nous évoquerons les critiques principales concernant l'entrepreneur institutionnel, auxquelles nous répondrons en proposant notre propre conception de l'entrepreneur institutionnel.

La tentation d'un individualisme méthodologique sous-jacent

Accepter le rôle d'un individu isolé dans le changement des institutions peut traduire une propension à l'individualisme méthodologique et à une approche fondée sur la rationalité des choix individuels, position incompatible avec les paradigmes néo-institutionnalistes de rationalité limitée (Kaghan et Lounsbury, 2010).

La nécessaire prise en compte des pratiques

Se focaliser sur un acteur c'est risquer d'oublier les autres aspects du changement institutionnel notamment l'approche par les pratiques comme illustré dans l'étude de cas sur les règles des gestions de fonds aux USA (Lounsbury et Crumley, 2007).

La dimension collective du travail institutionnel et l'importance des réseaux

Par ailleurs, il convient de ne pas sous-estimer la dimension collective du travail sur les institutions : des auteurs plaident pour une réconciliation théorique entre le champ d'étude des réseaux et le champ néo-institutionnaliste (Owen-Smith et Powell, 2008). En effet les réseaux sont bien plus que le seul canal de diffusion et d'adoption des nouvelles pratiques prétexte à leur acceptation et institutionnalisation. Ils sont aussi un élément structurant du champ (vertical et horizontal). Dans cette perspective, le débat sur l'effet croisé des réseaux et des

institutions recouvre les questions du lien entre changement institutionnel et réseaux, notamment comment ils sont façonnés par les catégories institutionnelles et les conventions.

Le rôle des logiques institutionnelles

Enfin, dans le cadre de l'approche par les logiques institutionnelles (Thornton et Ocasio, 2008), les conflits au sein d'un champ sont réguliers et constitutifs. Ce sont des situations d'épreuve au sens de l'économie des valeurs (Boltanski et Chiappello, 1999) qui constituent les moments forts de la dynamique des institutions (Cloutier et Langley, 2013). Le travail d'un ou plusieurs acteurs consistera à transformer en réalité sociale les modifications entraînées par les conflits entre logiques institutionnelles : « *the Economy of Work framework addresses the issue of micro-level processes and recursiveness by conceptualizing individuals as competent social actors capable of rhetorically mobilizing repertoires of cultural-cognitive and material resources in an effort to impose a particular worldview on a given situation* » (Cloutier et Langley, 2013: 317).

1.3.2 L'entrepreneur institutionnel comme acteur social

Nous trouvons dans la définition de l'acteur social (Fligstein 1997; Fligstein 2001) la meilleure synthèse répondant aux critiques portant sur l'entrepreneur institutionnel. Cette définition propose en effet un compromis entre action individuelle de l'entrepreneur institutionnel sur les cadres cognitifs et action collective à l'intérieur de conflits de groupes traversant les champs organisationnels, et ce, en exploitant ses compétences sociales.

La Figure 3 présente les différentes approches que l'acteur social mobilise afin de changer les institutions.

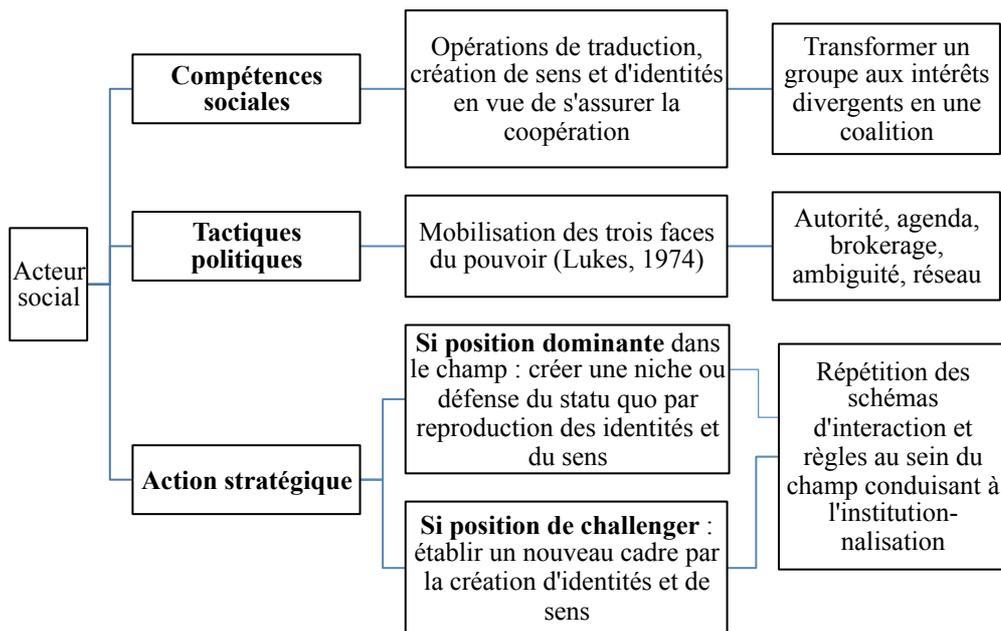


Figure 3 : Le rôle de l'acteur social - d'après (Fligstein, 1997)

L'acteur social est ainsi défini dans sa capacité à utiliser ses compétences sociales pour organiser un groupe en fonction de ses intérêts stratégiques : « *These entrepreneurs are skilled strategic actors who find ways to get disparate groups to cooperate precisely by putting themselves into the positions of others and creating meaning that appeal to a large number of actors.* » (Fligstein 2001: 5).

L'acteur social effectue une opération de traduction et produit de nouveaux cadres culturels : « *...Social actors must have a larger conception of the world. These conceptions are worldviews or templates that define which actions are legitimate and which outcomes are most desired.* » (Fligstein, 1997: 398)

Les identités et les intérêts des groupes s'en trouvent changés, un nouvel ordre est créé conduisant à une nouvelle coalition politique : « *Skilled social action revolves around finding*

and maintaining a collective identity of a set of social groups and the effort to shape and meet the interests of those groups. » (Fligstein, 1997: 398).

Cette conception ouvre sur la dimension politique de l'entrepreneur institutionnel (Garud et al., 2007; Huault & Leca, 2009), dans laquelle l'institutionnalisation n'est pas directement le fait d'un seul acteur mais est coproduite. Comme les autres acteurs vont opposer une résistance (que ce soit en raison de logiques institutionnelles ou en fonction de positions de domination dans les champs organisationnels) l'entrepreneur institutionnel se doit d'utiliser ses compétences tactiques et stratégiques de « *skilled actor* », notamment de traduction ou « *reframing* » (Leca et al., 2006) afin de développer une stratégie politique de coalition, de développement des bases du pouvoir, de légitimation (Levy et Scully, 2007).

1.4 LE TRAVAIL INSTITUTIONNEL : UNE SEQUENCE D' ACTIONS CONVERGEANT VERS LA LEGITIMITE

1.4.1 Les phases du travail institutionnel

La possibilité d'un changement dépend des conditions du champ organisationnel d'une part, et d'autre part de la position sociale, des compétences et des intentions stratégiques de l'entrepreneur institutionnel d'autre part (Pacheco et al. 2010). Les institutions sont d'autant plus impactées que ces deux facteurs interagissent positivement dans un processus dynamique, le « travail institutionnel ». Les études portant sur ce processus, et en particulier les synthèses effectuées par Lawrence (Lawrence et al., 2006) ont permis d'identifier les moments d'action spécifiques du travail institutionnel, ou phases, qui correspondent à des instants de coordination entre les compétences de l'entrepreneur institutionnel et les différents états du champ organisationnel. L'objet de ce paragraphe est de présenter l'articulation de ces phases.

Les formes canoniques du travail institutionnel

Trois formes de travail institutionnel sont identifiées : création, maintenance et destruction. Les conditions du champ organisationnel ont une influence déterminante sur le type de travail institutionnel; ainsi, à des champs émergents correspondent généralement des actions de créations d'institutions, comme illustré dans le cas du traitement du SIDA au Canada (Maguire et Lawrence, 2004). En revanche, un champ organisationnel mature, dans lequel les positions des différents acteurs sont établies, la forme de travail institutionnel prédominante sera celle de la maintenance institutionnelle. En effet, les acteurs dominants chercheront à maintenir leur position, et les challengers n'auront comme option que la coopération ou le conflit.

Définition du concept de champ organisationnel

Un champ organisationnel est caractérisé par la dynamique entre des positions dominantes qui entrent en compétition avec des nouveaux acteurs "dominés" remettant en cause le monopole sur les mécanismes de reproduction du champ et le pouvoir qui y est associé. Les champs matures sont caractérisés par une identification forte des acteurs, avec une légitimité reconnue (Greenwood et al., 2002). De fait les interactions y sont cadrées par des possibilités limitées et ce sont généralement les acteurs centraux qui sont à l'initiative des changements institutionnels (Greenwood & Suddaby 2006). En revanche les champs émergents sont caractérisés par des réseaux potentiels (Maguire et Lawrence, 2004: 659). Dans ce contexte, l'incertitude institutionnelle offre un potentiel d'action pour les entrepreneurs institutionnels. Le taux de succès est plus élevé, en revanche la nature des défis est différente : les mécanismes d'isomorphisme ne seront pas facteurs de légitimité, mais au contraire la création de nouvelles valeurs, de schémas cognitifs innovants.

Le rôle des Parties Prenantes

Un des aspects qui caractérise le champ émergent est l'existence de parties prenantes (*stakeholders* dans le texte) aux intérêts, normes et valeurs différents. Dans le cas sur le traitement du SIDA au Canada ces parties prenantes sont les activistes, les groupes pharmaceutiques, les associations d'aides aux malades et les communautés de malades du SIDA (les PWA) (Maguire et Lawrence, 2004). La force de l'entrepreneur institutionnel est de réussir à structurer les relations entre ces acteurs aux intérêts divergents, rejoignant ici la compétence clé de l'acteur social (Fligstein, 1997; Fligstein, 2001).

La déclinaison d'actions spécifiques au sein de chaque forme de travail institutionnel

Chacun des trois types de travail institutionnel est caractérisé par une séquence de phases distinctes qui va correspondre aux types d'actions préconisées par la structure du champ organisationnel (création, maintenance ou destitution).

Le Tableau 2 représente les phases associées au travail de création d'institution.

Nous avons classé les phases du travail institutionnel dans trois grandes catégories génériques:

- l'action politique (reconstruire les règles, les frontières et l'accès aux ressources matérielles),
- la phase de reconfiguration des croyances des acteurs
- les étapes de modification des systèmes de croyances (Lawrence et al., 2006).

Catégorie Générique	Objectifs	Formes du travail institutionnel	Définition
Action politique	Créer une rupture à l'intérieur du champ, affirmer une position d'acteur, disputer l'affectation des ressources. Délégitimer l'institution antérieure.	<i>Advocacy</i>	Mobilisation des supports politiques et de régulation à l'aide de techniques délibérées et manifestes
		<i>Defining</i>	Construction de règles qui confèrent des identités ou des statuts, définissent une appartenance à un groupe ou créent une hiérarchie dans un champ organisationnel
		<i>Vesting</i>	Définition d'un ensemble de règles régissant les droits de propriété
Reconfiguration des croyances des acteurs	Mobiliser les acteurs du changement, créer les règles de fonctionnement de la future institution, établir les organes de pilotage, définir la légitimité de la pratique.	<i>Constructing identities</i>	Définition de la relation entre un acteur et le champ dans lequel il évolue
		<i>Changing normative associations</i>	Etablir de nouvelles associations entre un ensemble de pratiques et les fondations morales et culturelles de ces pratiques
		<i>Constructing normative networks</i>	Création de nouvelles associations organisationnelles par lesquelles les pratiques seront pilotées et qui formeront le groupe de référence pour le contrôle de la conformité, le pilotage et l'évaluation
Modification des systèmes de croyance	Asseoir la légitimité cognitive de la nouvelle pratique et développer les outils théoriques et pratiques favorisant sa diffusion.	<i>Mimicry</i>	Association des pratiques avec des scripts, des technologies ou des règles légitimes existants (<i>taken for granted</i>) pour en favoriser l'adoption
		<i>Theorizing</i>	Processus de développement et de spécification de catégories abstraites et élaboration de chaînes de relations causales
		<i>Educating</i>	Education des acteurs en savoirs et compétences pour conforter l'établissement de la nouvelle institution

Tableau 2 : Les phases du travail institutionnel (création d'institution) - (Lawrence et al., 2006)

Ainsi, aux phases du travail institutionnel nous pouvons associer des compétences spécifiques de l'entrepreneur institutionnel, telles qu'elles ont été définies dans la littérature.

Le Tableau 3 classe les compétences mobilisées par l'entrepreneur institutionnel dans l'ordre chronologique du processus du travail institutionnel.

- Dans un premier temps, la position est le facteur facilitant permettant le démarrage du travail de l'entrepreneur institutionnel.
- Puis ses compétences d'acteur social vont jouer un rôle pivot.
- Enfin sa capacité d'action cognitive définira l'étape ultime du processus d'institutionnalisation.

La position sociale est le premier attribut qui a une influence positive sur la pratique de l'entrepreneur institutionnel et lui donne sa capacité à dépasser l'encastrement structurel auquel il est soumis (Battilana, 2006), résolvant ainsi le paradoxe de l'« *embedded agency* » (Garud et al., 2007). Dans une contribution récente, cette thèse est confrontée à des études de cas dans lesquels l'absence de statut social de l'entrepreneur institutionnel a été le moteur de sa motivation à changer les institutions (Lawrence et al., 2010).

La position de sujet joue un rôle important pour dépasser le déterminisme de la position sociale : c'est sur la base de son expérience de sujet et de ses faits de vie que l'entrepreneur institutionnel trouve les ressorts pour théoriser de nouvelles pratiques (voir l'étude de cas sur la vie de Rachel Carson⁶ (Kisfalvi et Maguire, 2010)).

Par ailleurs, la position de sujet va faciliter la capacité à agir comme acteur politique et former des coalitions dans le modèle de l'acteur social (Fligstein, 2001)).

⁶ Rachel Carson est une biologiste américaine, auteure de « Printemps Silencieux », publié en 1962, dénonçant le rôle des produits chimiques dans l'agriculture et conduisant à l'interdiction du DDT. Son travail a inspiré la création de l'*Environmental Protection Agency* aux Etats-Unis en 1970.

Propositions concernant le travail de l'entrepreneur institutionnel (d'après (Maguire et Lawrence, 2004)).	Type de compétence sollicitée (référéncé dans la littérature).
L'entrepreneur institutionnel a la position de sujet qui lui confère de la légitimité auprès de toutes les parties prenantes.	Position sociale de l'acteur (Battilana, 2006; Kisfalvi et Maguire, 2010; Hardy et Maguire, 2008).
L'entrepreneur institutionnel a la position de sujet qui lui permet de connecter les parties prenantes et avoir accès aux ressources dispersées (assimilable à la théorie des trous structuraux dans les réseaux).	
L'entrepreneur institutionnel a la capacité de théoriser des nouvelles pratiques en assemblant des arguments qui traduisent les intérêts des diverses parties prenantes.	Compétence d'acteur social : connexion des parties prenantes et théorisation (« reframing ») (Fligstein, 1997; Fligstein, 2001).
L'entrepreneur institutionnel a la capacité politique de construire des coalitions	Compétence d'acteur social : capacité d'action politique (Fligstein, 2001; Levy et Scully, 2007).
L'entrepreneur institutionnel crée des nouvelles pratiques en les attachant à des routines existantes.	Compétence instrumentale et cognitive (DiMaggio, 1988).
L'entrepreneur institutionnel crée des nouvelles pratiques en les alignant avec les valeurs des parties prenantes et créer ainsi des normes.	Compétence cognitive (identification des dimensions légitimes des parties prenantes, et « reframing ») (Suddaby et Greenwood, 2005).

Tableau 3 : Les compétences de l'entrepreneur institutionnel

Ainsi, nous pouvons postuler que la position sociale est le point d'entrée du mode d'action, que celle-ci soit « remplie » d'un statut et d'une réputation conférant un stade initial de légitimité (Deephouse et Suchman, 2008) ou au contraire « vide » de ce statut (Lawrence et al., 2010), raison suffisante à déclencher l'action.

1.4.2 L'objectif de légitimité

Le Tableau 3 met par ailleurs en évidence le double rôle de la légitimité dans le travail institutionnel : d'une part l'obtention de légitimité personnelle de l'acteur permet de garantir le succès de son travail, notamment auprès des parties prenantes du processus de travail institutionnel ; d'autre part, l'alignement des nouvelles pratiques sur les pratiques existantes a pour objectif de doter ces nouvelles pratiques d'un degré de légitimité leur conférant un statut institutionnel.

Du côté des tenants des logiques institutionnelles, un constat s'impose: les études empiriques récentes ne s'intéressent pas assez à la question de la légitimité ; pour ces auteurs les conflits de logiques institutionnelles sont des conflits de légitimité (Cloutier et Langley, 2013).

Une conception de la légitimité associée à l'institutionnalisation

Si dans une perspective stratégique, la légitimité constitue une ressource dans une conception néo-institutionnelle elle se définit comme la perception de l'adéquation des actions d'une entité avec un ensemble construit de normes, croyances et définitions. La subordination du stratégique à l'institutionnel revient à résoudre une question de point de vue. Du point de vue de l'organisation, la question de la légitimité est celle des ressources ; du point de vue du champ organisationnel, alors la question est celle des mythes et des croyances.

Cette quête de légitimité explique les comportements d'isomorphisme des organisations (DiMaggio & Powell 1983). L'accès aux ressources devient une conséquence du degré de légitimité ainsi obtenu à l'intérieur du champ organisationnel.

La Figure 4 présente les différentes formes de légitimité.

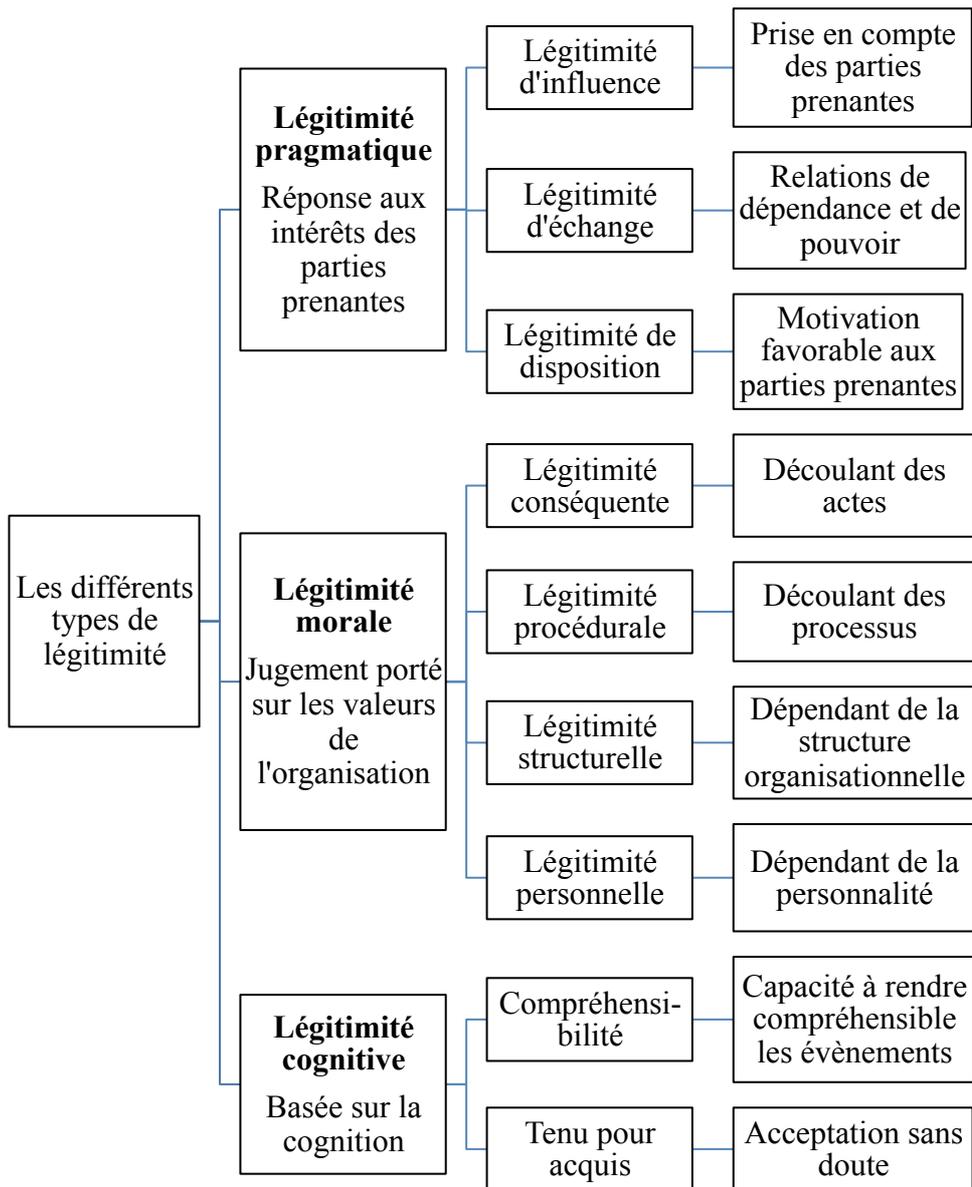


Figure 4 : Les différents types de légitimité – d’après (Suchman, 1995)

Suchman propose une définition typologique de la légitimité en trois catégories principales (Suchman, 1995; Deephouse et Suchman, 2008) :

- La légitimité pragmatique exprime la conformité avec les intérêts immédiats de son audience.
- La légitimité morale, dont le but est de valoriser positivement les activités de l'organisation, et dans laquelle on trouvera la légitimité *conséquente*⁷ traduisant le degré de légitimité associé à des actes; procédurale qui découle des processus retenus; structurelle et enfin personnelle, cette dernière étant liée à la personnalité du leader et confère à son auteur un statut d'entrepreneur moral.
- La légitimité cognitive, dont l'obtention est la plus difficile à obtenir. Dans cette dernière catégorie deux niveaux sont envisagés : la compréhensibilité, c'est à dire la capacité à rendre compréhensible les événements ou phénomènes ; le tenu pour acquis ("*taken for granted*") qui correspond à l'acceptation sans doute.

Trois stratégies permettent d'obtenir une forme de légitimité :

- La stratégie conformiste consiste à se conformer à l'environnement existant sans remettre en cause les logiques institutionnelles.
- La stratégie adaptative consiste à choisir l'environnement en fonction de ses propres capacités.
- La stratégie transformative consiste à manipuler l'environnement. Dans cette stratégie il convient de dépasser la sélection de modèles ou d'environnements et de proposer de nouvelles explications de la réalité sociale. Cette stratégie rend nécessaire la médiation effectuée par l'entrepreneur institutionnel (Suchman, 1995).

⁷ Ce terme de *conséquente* est la traduction du terme anglais de *consequential*: qui fait suite aux actions ou à des événements.

1.5 LES STRATEGIES DE LEGITIMATION

1.5.1 Construction d'énoncés par le discours et la rhétorique

L'acteur institutionnel a ainsi la capacité de construire des discours, des énoncés qui lui permettent de gagner en légitimité dans les différentes phases du travail institutionnel. Il s'appuiera sur une approche en trois étapes :

La première étape consiste à bâtir une légitimité cognitive en créant de la compréhensibilité c'est à dire rattacher une idée émergente (nouveau produit, procédé...) à un schéma culturel existant (le design est une autre forme de compréhensibilité (Hargadon et Yellowlees, 2001)).

La deuxième étape s'applique à exploiter des changements de logique institutionnelle.

La troisième étape a pour objectif d'exploiter les méthodes rhétoriques (l'utilisation de l'art du langage à des fins intentionnelles) en vue de manipuler les références cognitives (Suddaby et Greenwood, 2005). Ces dernières stratégies discursives s'adresseront à des formes de légitimité distinctes en fonction de la position des acteurs.

Ainsi dans l'étude de cas portant sur la mise en place de pratique pluridisciplinaire au sein des firmes d'audit (Suddaby et Greenwood, 2005) les opposants utilisent des thèmes moraux et normatifs alors que les promoteurs utilisent un vocabulaire pragmatique pour une théorisation téléologique, chacun se référant à des formes de légitimité distinctes (légitimité morale versus légitimité pragmatique) (Suchman, 1995). Une des thèses sous jacente de l'étude de cas est que les logiques institutionnelles seules, quand elles sont irréconciliables, ont tendance à se neutraliser en recourant à des mécanismes de trêve ou de résolution. La rhétorique en utilisant des figures mythiques permet de manipuler les logiques institutionnelles en ouvrant une brèche dans une logique existante et en exacerbant les tensions jusque là contenues.

L'importance du travail rhétorique est mise en évidence dans l'étude de cas portant sur le développement de l'usage de la photographie amateur par Kodak. L'institutionnalisation des

pratiques amateur n'est pas tant le produit de chocs externes tels l'innovation (ici des procédés photographiques) mais de constructions sociales énoncées à travers la production de textes et dont l'entrepreneur institutionnel détient la maîtrise : « *In other words, in modern societies the production of institutions is a largely textual affair* » (Munir, 2005: 1669).

1.5.2 Arrangement de matérialités par le design et la pratique

Dans une veine similaire, le design, défini ici comme l'arrangement des détails concrets qui matérialisent une nouvelle idée permet d'insérer les innovations dans l'ordre institutionnel existant. Ce design joue donc un rôle prépondérant dans la démarche entrepreneuriale innovante, et doit faire partie intégrale de la stratégie de l'entrepreneur. L'étude de cas portant sur la structuration technologique de l'industrie électrique par Edison, intitulée « Quand l'innovation rencontre l'institution, deux forces sociales s'affrontent » précise la définition d'un design robuste. « Le design robuste consiste donc à encastrier suffisamment son innovation dans l'ordre institutionnel existant, en respectant deux contraintes : une de court terme, dans laquelle l'adoption se fait rapidement à l'aide de l'utilisation des schémas et des scripts déjà établis, et l'autre de long terme, permettant une découverte graduelle des nouvelles fonctionnalités, à l'aide de schémas et scripts nouvellement constitués (ou élaborés au fur et à mesure du processus d'institutionnalisation) » (Hargadon et Yellowlees, 2001: 488). En ce sens « Le design s'appuie sur des skeumorphs. » (Hargadon et Yellowlees, 2001: 492) qui n'ont pas d'utilité fonctionnelle autre que de rattacher l'innovation à un objet ou un produit déjà connu, facilitant ainsi son acceptation et son statut de tenu pour acquis.

Une autre modalité de création de formes légitimes fait recours à la pratique professionnelle (Lounsbury et Crumley, 2007). Cette modalité suit un véritable processus, dont le facteur déclenchant est la problématisation pour une communauté professionnelle d'une nouvelle forme d'activité : est ce que les nouvelles activités sont reconnues comme un problème par la communauté en place ? Si la nouvelle activité est ainsi reconnue comme un problème par la

communauté, alors débute une phase de négociations politiques. Le cas échéant (si pas de reconnaissance de problème) la nouvelle activité va devenir marginale (littéralement aux marges, au sens figuré comme spatial...).

La seconde étape cruciale du processus consiste à effectuer la théorisation de la nouvelle pratique, et enfin d'en assurer la diffusion à travers les réseaux existants, lui conférant ainsi une légitimité professionnelle.

1.5.3 Diffusion à l'aide des coalitions et des réseaux

L'action collective est indispensable à une légitimation cognitive, en exploitant deux modes d'action : la popularisation (obtenue en articulant continuellement des histoires qui illustrent la réalité) et la standardisation : « la prévalence d'une forme tend à lui conférer sa légitimité » (Suchman, 1995: 593).

La formation de coalition a été évoquée à travers les compétences de l'acteur social (Fligstein, 1997) ou dans la phase politique du travail institutionnel (Lawrence et al. 2006), en prenant appui sur les grands penseurs de la pratique politique : Gramsci (Levy et Scully, 2007) et Lukes (Huault et Leca, 2009).

En revanche nous observons une certaine frilosité en ce qui concerne l'explication des mécanismes de constitution des réseaux ; si la *new economic sociology* est la branche commune des théories néo-institutionnelles et des théories des réseaux sociaux (Granovetter, Burt), les ponts entre les deux courants théoriques restent fragiles (Owen-Smith et Powell, 2008).

Or, une analyse structurelle de réseau permet d'éclairer la capacité d'une organisation à diverger d'un environnement institutionnel: ainsi plus un réseau est « fermé » (*Network closure*, défini par un faible nombre de trous structuraux (Burt 1997)) moins l'organisation adoptera un changement organisationnel divergent (c'est à dire différent du statu quo institutionnel) (Battilana et Casciaro, 2012). Cette étude de cas souligne à notre avis

l'importance de la structure du réseau (en particulier l'existence des trous structuraux) dans les processus de travail institutionnel pilotés par la pratique (Lounsbury et Crumley, 2007) ou par le design (Hargadon et Yellowlees, 2001) et apporte ainsi un éclairage complémentaire à l'explication par les champs et l'action de l'entrepreneur institutionnel.

CHAPITRE 2. ESPACE ET PROXIMITE

- 2.1 De l'espace absolu à l'espace relatif
- 2.2 La métrise de l'espace
- 2.3 Les relations entre espace et institutions
- 2.4 L'économie des proximités : une modélisation du rapport entre interactions et distance

Ce chapitre important a pour objectif de cadrer les concepts pour une définition de l'espace qui corresponde à notre problématique de recherche. En effet, nous avons vu que la diversité des termes employés dans les sciences de gestion recouvrait une grande richesse conceptuelle pour laquelle nous ne pouvons faire l'économie d'un approfondissement. Nous nous inspirerons d'une démarche interdisciplinaire, où les échanges par emprunt de concepts et/ou de méthodes, décrivent la complexité d'un objet d'étude commun et co-construisent l'objet de connaissance (Darbellay, 2011).

2.1 DE L'ESPACE ABSOLU A L'ESPACE RELATIF

L'espace est un concept polysémique (ou plurivoque). Il convient donc de bien préciser la définition. L'étymologie nous renseigne peu à son égard : provenant du latin « spatium », signifiant champ de courses, arène, puis abstraitement espace⁸.

Nous évoquerons quelques approches philosophiques majeures soulignant l'évolution des significations de ce terme abstrait. Notre propos ici n'est pas d'opposer les courants philosophiques, mais de nous référer aux concepts philosophiques pour classer nos propres acceptions du mot espace. Ce bref survol des principaux philosophes ayant intégré l'espace nous permet de définir deux grandes visions qui coexistent : celle d'un espace positionnel et celle d'un espace relationnel.

L'espace conçu comme un support positionnel à l'action

Chez Kant l'espace est avec le temps l'une des deux grandes formes à priori permettant de transformer notre sensibilité en connaissance. Ainsi défini, l'espace est un contenant doté de lois de grandeur, de distances, de figures, sur lequel est projeté notre perception, permettant la formalisation de la connaissance.

⁸ Le Robert, Dictionnaire de la langue française, 2^{ème} édition, 1985

Cette conception kantienne de l'espace comme milieu matérialisant la pensée est sans conteste la conception dominante dans notre acception de l'espace.

Avec Bergson, ce milieu permettant l'assemblage de la connaissance est aussi un support à l'action : il rend possible la visualisation d'une action sur les choses « spatialisées », en ouvrant un champ de modifications possibles des données spatiales des objets. Champ de connaissance et champ d'action résument ainsi une vision positionnelle de l'espace, pour laquelle c'est d'abord la position des objets qui détermine la connaissance et l'action. Cette vision positionnelle n'exclut pas l'aspect relationnel, dans laquelle les relations entre les objets déterminent leurs caractéristiques, donc la connaissance et l'action, mais dans un second plan. Nous observerons ici comment le langage rejoint par analogie lexicale cette conception, en nous référant à un premier plan et à un second plan, nous utilisons des représentations bidimensionnelles de l'espace dans l'acception kantienne.

Cette conception de l'espace autorise une lecture positiviste de l'espace dans les disciplines de la géographie, de l'analyse spatiale, dans laquelle les conditions géographiques, le milieu, les lois géométriques ont un rôle explicatif.

L'espace conçu comme une distance relationnelle conférant un statut aux objets

Heidegger inverse cette conception de l'espace, en liant l'ontologie des objets à leur relation les uns aux autres, essentiellement à l'espace qui est entre. Ainsi, c'est le fait d'être à côté, qui confère au « dasein »⁹ la révélation de son existence. Autrement dit, l'humain, par le fait qu'il « incorpore », dans sa matérialité, crée un espace et c'est cet espace relationnel qui le dote de sa fonction d'être. L'approche heideggérienne ouvre une conception principalement relationnelle de l'espace.

⁹ Le dasein dans la pensée philosophique de Heidegger correspond à « l'expérience d'être », dont seuls les êtres humains sont capables.

La coexistence de multiples modalités de l'espace dans notre conception quotidienne

Il n'y a pas de dispute entre les tenants d'un espace kantien ou les heideggériens dans les disciplines que nous avons étudiées, mais plutôt une superposition des signifiés, une coexistence, dans laquelle cependant la hiérarchie des sens varie selon l'usage. A plusieurs moments de la journée, selon que nous lisons une carte topographique, ou selon que nous regardons le tableau de Magritte décrit par Michel Foucault (Foucault, 1973) nous sommes successivement kantien et heideggérien.

Ainsi la différenciation entre les conceptions relationnelles et positionnelles de l'espace dépend des situations dans lesquelles nous nous situons. Ce relativisme nous paraît suffisant pour choisir un ancrage théorique en fonction du point de vue que nous souhaitons adopter.

Notre approche théorique sera de donc de définir l'espace comme étant par essence relationnel. Ce choix théorique nous rattache au courant de la géographie comme science sociale de l'espace.¹⁰

¹⁰ « Dans le cas de l'espace tel qu'il tend à se développer en géographie et dans les sciences sociales contemporaines, les réalités spatialisées organisent l'espace par des relations qui peuvent être portées par des acteurs et le définissent dans leur mise en mouvement, l'action » (Lévy et Lussault, 2013: 355)

2.2 LA METRISE¹¹ DE L'ESPACE

2.2.1 La production de l'espace

Dans une conception relationnelle de l'espace, l'existence de rapports de production est envisageable. Suivant cette perspective historique et dialectique, nos sociétés contemporaines seraient caractérisées par un processus de production de l'espace (Lefebvre, 2000).

Dans un premier temps, Henri Lefebvre démonte les composants de l'espace : coexistent ainsi un espace physique, un espace mental et un espace social. « L'espace social est un produit social », qui s'appuie sur une triple dimension:

- l'espace conçu (l'espace tel que conçu par les urbanistes, les architectes) ;
- l'espace perçu (par le corps, les mouvements et la navigation) ;
- l'espace vécu (la signification que nous donnons à l'espace, en nous référant à des symboles, des mythes ou de l'histoire) (Lefebvre, 2000: 50).

La terminologie employée utilise les termes nouveaux créés par le courant de la nouvelle géographie (en particulier Roger Brunet) dans les années 1970.

A l'espace conçu correspond une « pratique spatiale », attribuant aux groupes sociaux des ensembles spatiaux propres, recherchant la continuité dans un processus de production et de reproduction.

A l'espace perçu correspondent des « représentations de l'espace », fonctions des rapports de production, des codes et des signes. Même si l'espace perçu implique la corporéité individuelle, cette dernière est dépendante et enchâssée dans le rapport de forces du système de reproduction social.

¹¹ Une forme de compétence spatiale : ce jeu de mot est inventé par Michel Lussault, qui associe ainsi les compétences ou maîtrises à la mesure principale de la distance, la métrique.

A l'espace vécu correspondent des « espaces de représentations », qui sont des formes d'expression plus ou moins libre de l'expérience vécue, pouvant emprunter à des mythes et symboles, parmi lesquels l'art « qui pourrait se définir non pas comme code de l'espace mais comme code des espaces de représentation » (Lefebvre, 2000: 42)

Dans cette conception d'une production de l'espace, Lefebvre fait la distinction entre la domination de l'espace (dans lequel celui-ci est dominé par le pouvoir politique ou l'Etat et transformé par l'usage de la technologie) et l'appropriation de l'espace (modification de l'espace pour un groupe donné).

La conception de l'espace de Henri Lefebvre a une double conséquence :

- en introduisant l'espace dans le processus économique elle propose des éléments conceptuels mobilisables dans la théorie des organisations (en définissant l'espace comme un processus social et en proposant une typologie des acteurs et des compétences) ;
- en puisant son raisonnement dans la critique marxiste des rapports de production, elle se positionne dans les études critiques des organisations. De ce fait Henri Lefebvre est le penseur de l'espace le plus mobilisé dans le champ des théories des organisations par les auteurs du courant des *critical management studies*.

Par rapport à notre problématique, Henri Lefebvre est un point d'entrée, depuis l'acception relationnelle de l'espace : en dissociant l'espace physique de l'espace social, il nous autorise à nous intéresser en priorité à l'espace social. En second lieu, l'étude fine qu'il propose de la production de l'espace va nous permettre de distinguer les pratiques spatiales, les représentations de l'espace et les espaces de représentations.

Enfin, nous conserverons la distinction entre deux groupes sociaux agissant sur l'espace: un groupe dominant cherchant à maintenir le statu quo à travers la reproduction, et un groupe

dissident, cherchant à se réappropriier un espace (physique, mental ou social) à travers la pratique ou le travail sur les représentations.

2.2.2 Les pratiques spatiales : une conception de la pratique au cœur de l'action

Les pratiques spatiales sont définies par le courant de la géographie sociale en particulier Jacques Lévy puis Michel Lussault, dans une acception plus large que Henri Lefebvre (dépassant le seul cadre des rapports de production) et regroupées sous le concept de spatialité. Cette acception nous semble correspondre à la conception de l'espace esquissée par Heidegger : la séparation et la distance sont une épreuve constitutives du fait humain. Les hommes cherchent à dépasser cette condition en déployant un ensemble d'action ou d'états concrets (habiter, se déplacer). Cette spatialité concourt à la subjectivisation, l'individuation et l'actorisation (Lévy et Lussault, 2013).

L'espace intègre pleinement une dimension sociale ; les acteurs cherchent à s'assurer que leurs actes atteignent des résultats attendus, tout en maintenant un contrôle sur le déroulement de l'action et de l'environnement.

Il existe une hiérarchie entre action, pratique et usage :

- l'action englobe toutes les dimensions depuis l'intention stratégique, les compétences requises, le faire...etc.
- la pratique est une des phases de l'action, elle suppose une matérialité observable (parcours physique, carte mentale...)
- l'usage nécessite au préalable un ensemble de compétences et résulte dans une série de conséquences (l'output, le résultat).

La pratique spatiale rattache l'acteur au monde des phénomènes, matérialise son passage à l'acte. Deux bornes encadrent cette pratique: la routine et l'habitude d'une part, l'innovation et la créativité d'autre part (Lussault, 2010).

La pratique est une réponse à des situations d'épreuve, dans un sens équivalent à celui exprimé dans la sociologie de la pratique et l'économie des valeurs (Lussault et Stock, 2010; Boltanski et Chiappello, 1999). Les situations d'épreuves sont créés par l'espace lui-même qui réassemble les réalités diverses sous l'effet des activités humaines ou d'évènements externes (par exemple un Tsunami). Les acteurs humains sont mis à l'épreuve par l'espace : leurs compétences différentes vont leur permettre d'affronter ces épreuves de façon hétérogène. Cette conception de la pratique spatiale pose ainsi directement la question des compétences.

2.2.3 Les compétences spatiales individuelles

Ainsi, afin de résoudre les situations d'épreuve que constitue les réalités spatiales, l'individu peut faire appel à six compétences spécifiques (Lussault, 2007; Lévy et Lussault, 2013):

- la compétence métrique, c'est à dire la capacité à mesurer les distances, quelles soient physiques ou idéelles. Cette compétence permet de réguler la distance, y compris sociale.
- La compétence d'emplacement : celle ci complète la première avec la question de trouver la bonne place pour les objets et les personnes. Déroger aux règles de cette compétence peut conduire à l'exclusion.
- La compétence de parcours : représente la capacité à composer et assurer un itinéraire.
- La compétence de franchissement : permet de franchir les sas, seuils, frontières...etc.
- La compétence de délimitation : exprime la capacité de discrimination et de découpage.
- La compétence d'échelle : permet de classer du plus petit au plus grand.

Ces compétences peuvent être infra conscientes, c'est à dire activées, acquises, sans que l'acteur en aie conscience. Elles n'en sont pas moins structurantes du choix et du déroulement de nos actions.

Ces compétences spatiales sont accessibles de trois façons, cognitive, comportementale ou instrumentale (Lussault et Stock, 2010).

Les neurosciences nous fournissent une explication du rapport à l'espace : celui-ci s'établit en mobilisant des cadres cognitifs, dont certains sont plus faciles à mobiliser que d'autres (Amorim, 1999).

Ainsi, en matière de navigation, nous employons deux cadres cognitifs distincts : un egocentrique (exprimant une vision autocentrée) et un allocentrique (définissant notre position par rapport à celle d'un objet). Les cadres cognitifs centrés sur l'individu sont plus faciles à mobiliser que ceux centrés sur l'objet. Ces derniers nécessitent plus d'effort de la part du sujet.

La géographie des représentations explique que notre rapport à l'espace est le résultat d'un apprentissage, d'un ensemble de règles structurelles, concrètes mais aussi symboliques (Bailly, 1985).

L'organisation de l'espace mental est divisée en trois :

- un aspect structurel (réseau d'axes, de repères et de limites pour se déplacer et se positionner (lui même soumis à deux règles : une carte cognitive et une carte externe voir plus haut);
- un aspect fonctionnel (lié à la pratique de l'espace);
- un aspect symbolique (caractère relationnel de la représentation et de la variété des expériences spatiales individuelles).

Une règle algorithmique associant une représentation mentale personnelle (*route map*) et une représentation cartographique (*survey map*) permet à l'individu de s'orienter et de naviguer.

Trois actions vont modifier la représentation de l'espace :

- l'énonciation d'un discours (sphère symbolique);
- la modification des repères structurels ;
- l'apprentissage (aspect fonctionnel).

Ainsi, l'adoption massive de *Google maps* dans nos pratiques numériques a profondément bouleversé notre carte cognitive (Jensen, 2010) en agissant simultanément sur quatre catégories : cartographique, informative, émotionnelle et sociale. L'utilisation de *Google earth* a pour conséquence d'abolir la distinction entre l'espace physique et l'espace numérique.

2.3 LES RELATIONS ENTRE ESPACE ET INSTITUTIONS

2.3.1 Une condition de l'exercice politique

L'espace structure les institutions, à trois niveaux : au niveau politique, au niveau symbolique et enfin au niveau des catégorisations.

Le politique n'est rendue possible que parce qu'il y a espace entre les individus (Arendt, 2002). Dès lors que l'on supprime cet espace, c'est le règne du totalitarisme ; les institutions ne peuvent donc se construire qu'à partir de l'existence préalable d'un espace entre les hommes.

Le symbolique (ou son extension le sacré) qui est à la base de nombreux mécanismes institutionnels a besoin d'une matérialité spatiale. Nous avons vu l'importance de la sphère symbolique dans les représentations de l'espace (Bailly, 1985). Le rapport à la propriété s'inscrit historiquement comme un rapport physique avec des espaces sacrés (Durkheim, 1997). Le « pater familias » est le représentant des dieux dans sa famille romaine. La propriété privée est l'extension du sacré, la maison (le *domus* latin) son expression matérialisée dans le domaine spatial. Ainsi la représentation spatiale des différents attributs de la maison relie l'ordre de l'économie privée (la propriété, les espaces destinés à la production) à l'ordre symbolique et sacré.

Enfin, le processus de constitution d'une institution se fait au travers d'un travail de classification avec analogie avec les éléments de la nature (Douglas, 2004). Or les éléments de la nature utilisés dans ce travail de classification par ressemblance ou dissemblance

empruntent aux représentations spatiales, tandis qu'ils produisent en même temps les codes permettant d'établir ces représentations spatiales.

Mary Douglas cite deux exemples de nomenclatures s'inspirant des espaces. Dans le cas vinicole, la région est utilisée en France pour classer le vin, alors qu'aux Etats Unis le cépage permet la classification (une autre catégorie liée à la nature des aliments). Dans le cas du textile, le dictionnaire administratif établit une nomenclature sur une base territoriale, tandis que les industriels choisiront une nomenclature basée sur le processus industriel.

Ces exemples illustrent que l'espace est un des référents que les institutions utilisent dans leur processus d'analogie, en soulignant que son choix en tant que référent est fonction du système social que ces institutions représentent.

2.3.2 L'organisation comme « fait spatial »

L'espace joue au moins deux rôles sur la constitution des organisations.

Le premier est de nature indirecte en agissant sur les coûts de transaction (Williamson, 1986).

Ainsi, deux facteurs structurants de l'espace que nous avons rencontrés dans l'analyse des institutions, la classification (Douglas, 2004) et l'expression du droit de propriété (Durkheim, 1997) auront un rôle direct sur les règles du marché et de constitution de la firme.

Le second rôle sur l'organisation de la firme est plus direct. Il s'agit des propriétés physiques et sociales de l'espace.

Les problématiques de localisation sont de loin les plus étudiées dans les sciences de gestion, depuis la théorie des districts industriels marshalliens jusqu'aux clusters (Porter, 2000). Le point commun de ces approches de l'espace est de le considérer comme une donnée existante, sur laquelle les organisations vont bâtir des stratégies d'adaptation. Les concepts théoriques sont peu mobilisés sur l'espace, il est réduit à l'une de ses dimensions (le territoire, la distance).

A ce titre le district marshallien est un exemple d'unité des trois types d'espace définis par Henri Lefebvre : espace physique, mental et social se regroupent dans le territoire. La gouvernance territoriale correspond à l'espace conçu dans lequel les acteurs territoriaux (collectivités, Etat, associations) organisent les rapports entre les différents acteurs sociaux. L'identité culturelle propre au territoire assimilable à milieu culturel (Becattini, 1992) correspond à l'espace perçu et rejoint la notion d'espace vécu. Le danger du chemin de dépendance menant au localisme est une conséquence de la rémanence des attitudes « taken for granted » dans l'espace perçu (Dale, 2005). La solidité du territoire s'établit dès lors que les trois composantes sont alignées (économiques, sociales et culturelles) (Bagnasco, 2010). Or deux phénomènes viennent bouleverser cet équilibre : la globalisation qui induit un changement d'échelle avec le passage au système monde (Lussault, 2009) et les nouvelles technologies de l'information qui font passer d'un espace des lieux à un espace des flux et rendent les sociétés hors cadre (Bagnasco, 2010). Ce constat rejoint les nombreux constats d'échec du modèle du district italien tant sur le plan pratique que théorique.

Il est généralement expliqué que le passage à une échelle monde et l'avènement d'une société du flux et de la mobilité, rendent caduc la notion d'espace dans les questions d'organisation. Cette thèse rejoint la vision dématérialisée de l'organisation devenue une entreprise virtuelle (sans actifs, sans travailleurs, sans espaces de production).

Or les organisations ont besoin de matérialité pour exercer le contrôle (Dale, 2005). Et cette matérialité s'incorpore précisément dans les termes spatiaux proposés par Henri Lefebvre. Ainsi, l'organisation de l'espace permet de conforter les modes de pouvoir et de contrôle sur l'organisation à travers trois mécanismes :

- "l'enchantement" ou la symbolisation et l'esthétisation de l'espace à travers l'architecture et le design

- l'emplacement qui se réfère à la régulation de l'espace (par lequel des espaces sont destinés à certaines activités)
- l'*enactement* par lequel l'espace est mis en pratique et utilisé par ceux à qui il est destiné (Dale et Burrell, 2008).

L'architecture est en effet un des dispositifs clés de la représentation de l'espace et la création d'espaces de représentation. A ce titre elle accompagne l'expression de modes de management: en créant des relations de pouvoir, en créant "des gens nouveaux" (par la médiation de l'expérience sensorielle) (Burrell et Dale, 2003).

Cette conception qui s'inscrit dans le courant théorique de l'école de Francfort¹² ancre l'analyse de la spatialité comme mode de lecture des relations de pouvoir dans les *critical management studies*. La pratique spatiale est mobilisée par ce courant critique pour servir de grille de déchiffrement des formes d'organisation.

Une approche consiste à étudier l'esthétique dont l'architecture est un des modes privilégiés d'expression. Ainsi, l'utilisation du blanc représente une forme d'usage coercitif de l'espace, une relation de pouvoir par un artefact visuel, esthétique et normatif (Connellan, 2013). Autre modalité organisationnelle du travail contemporaine, l'*open space* reflète un mode de management (Gregory, 2011). L'*open space* est assimilé à un « non-lieu » (Augé, 1992).

Les « non-lieux » sont les espaces dénués de sens parce qu'ils ont perdu le lien avec la culture au sens ethnographique : « ce que nous appellerons « non-lieux » l'est par rapport à la notion sociologique de lieu, associée par Mauss et toute une tradition ethnologique à celle de culture localisée dans le temps et l'espace » (Augé, 1992: 48). Dans notre époque décrite par Augé comme « sur moderne » les non-lieux sont particulièrement développés tels les aéroports, les

¹² L'école de Francfort désigne un ensemble d'intellectuels allemands parmi lesquels Herbert Marcuse (1898-1979) ou Theodor Adorno (1903-1969). Ce mouvement est à l'origine de la théorie critique. D'après Adorno les industries culturelles ont pour finalité de reproduire les relations de pouvoir et de domination : les faits culturels doivent donc être étudiés d'une façon critique en analysant leur mode de production et d'administration.

gares ou les centres commerciaux. Leur caractéristique commune est de produire en retour un homme moyen, coupé de toute culture. Dans les *open space* contemporains, les objectifs recherchés sont l'exercice du pouvoir sur les individus par la mise en place d'un système politique démocratique exigeant visibilité et transparence, en fait un état d'exception exerçant un contrôle sur les corps. L'*open space* matérialise sous une forme spatiale un objectif stratégique non exprimé dans la mission de l'entreprise et vient donc substituer par les actes un discours stratégique.

L'étude du vécu spatial dans une organisation permet de voir et repenser l'organisation (actuellement en panne) ; la démarche permet de voir les espaces blancs (soit impensés, soit non cartographiés) (O'Doherty et al., 2013).

Enfin, une approche plus holiste et globale est effectuée pour expliquer la constitution de l'organisation comme fait spatial total (Hernes, 2004).

Dans ce modèle, l'ensemble des faits spatiaux physiques, mentaux, sociaux expliquent la constitution d'une organisation.

L'ensemble de ces analyses spatiales se situent dans un courant critique des sciences de l'organisation ; leur apport dans le cadre de notre méthodologie sont les suivants: l'espace n'a pas disparu dans les problématiques d'organisation, mais est devenu un élément d'autant plus nécessaire de matérialité que les mécanismes de contrôles sociaux ont disparu avec la déterritorialisation ; le langage de l'analyse spatiale défini par Henri Lefebvre permet de déchiffrer avec efficacité les mécanismes de pouvoir et de contrôle mis en place dans les organisations (Panayiotou et Kafiris, 2010).¹³

¹³ « *Fleming et Spicer (2004) et par la suite Spicer (2006) montrent bien comment la mobilisation d'une échelle spatiale dans le discours stratégique est un acte politique qui établit des limites et des frontières, impose une identité, exclut et inclut certaines logiques.* » (Lauriol et al., 2008a: 192).

2.3.3 Espace et dimension cognitive des dispositifs spatiaux

La localisation des commerces en milieu urbain (Mérenne-Schoumaker, 2003) illustre le rôle des modèles cognitifs dans la distribution spatiale des activités.

En effet, la fréquentation des commerces dans une zone urbaine dépend d'un modèle cognitif de navigation (Potter 1982), comme illustré en Figure 5.

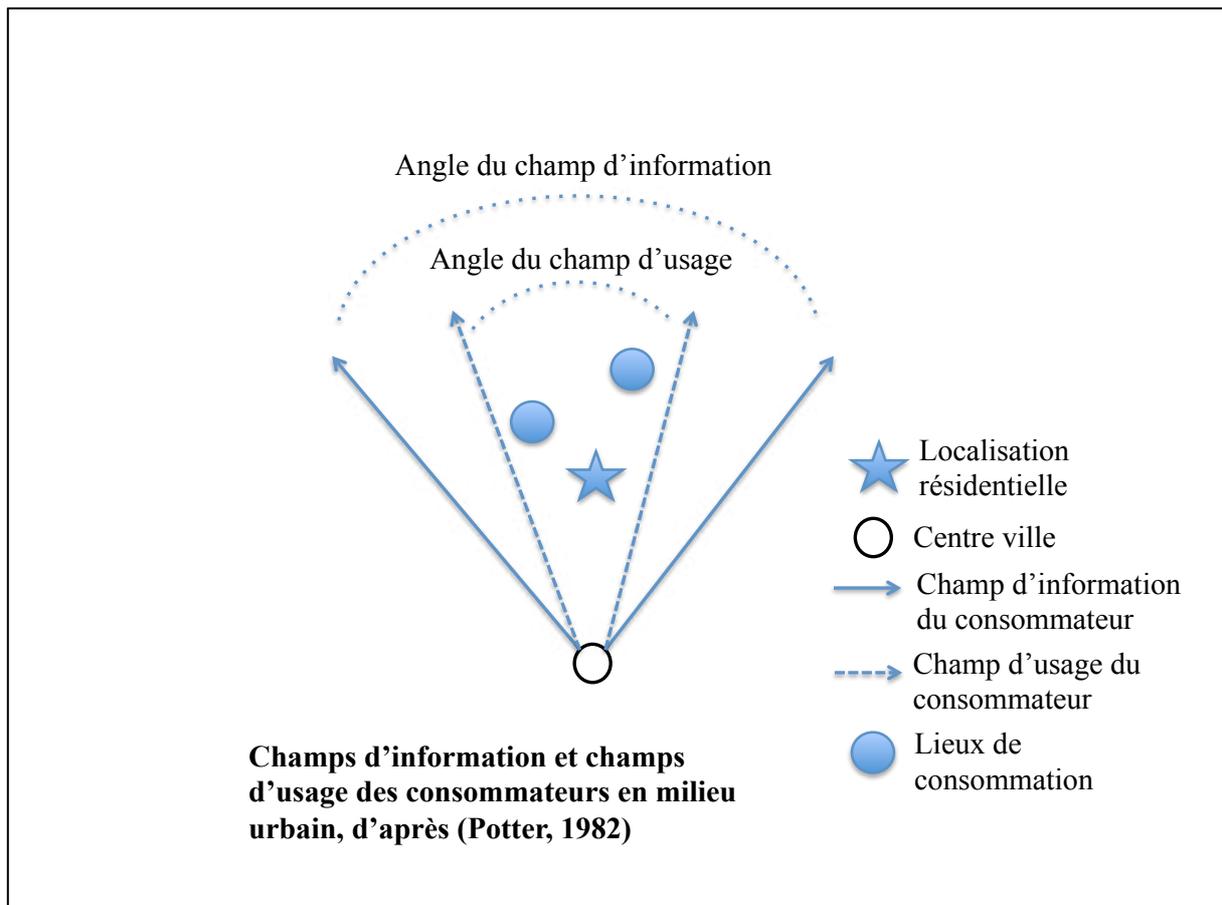


Figure 5 : Le modèle cognitif de la géographie du commerce

L'information mobilisée par le consommateur se décompose en connaissance (aspect cognitif) et reconnaissance (opinion). Le champ d'information en milieu urbain est ainsi une zone triangulaire dont le sommet est le centre ville. A l'intérieur de ce champ d'information (ayant l'angle le plus large) s'inscrit un triangle d'usage (à angle plus réduit). La majorité des lieux de consommation s'inscrit dans ce triangle d'usage. Des études empiriques relient le degré d'ouverture de l'angle et de fait l'aire des zones d'information ou d'usage (cette dernière aire

étant comparable au concept de zone de chalandise) au capital social de l'individu. Plus celui-ci est élevé plus l'angle est grand. Ces constatations rejoignent la description de l'algorithme de navigation fonctionnant par agrégation autour d'un lieu de référence (Bailly, 1985).

La conséquence théorique de ce modèle est de mettre en évidence le lien entre les opérations de maîtrise spatiale et le processus cognitif dépendant des niveaux d'information, eux mêmes fonctions du capital social et économique du consommateur. Nous notons que la projection des représentations cognitives d'un individu sur une carte géographique traduit une aire inversement correspondante à son degré d'encastrement.

Cette approche se distingue des modèles de zones de chalandise utilisés en marketing, théoriquement plus proches du modèle de Christaller¹⁴ en économie géographique, dans lequel les forces d'attractions dépendent de la densité respective de chaque marché et de la distance inter-marchés.

L'intérêt d'un modèle centré sur la cognition est double. D'une part il relie les interactions sociales et marchandes à un processus cognitif, le consommateur n'étant pas « attiré » par des forces d'attractions externes, mais piloté par ses propres mécanismes cognitifs. D'autre part, il ouvre la possibilité d'une *agency* sur ces mêmes mécanismes cognitifs potentiellement porteur d'un travail institutionnel.

¹⁴ Christaller est un économiste et géographe allemand, auteur de la « théorie des places centrales » (1933). Selon lui, des aires de marché de type circulaire s'établissent autour des centres urbains en fonction de la fourniture de biens centraux (attractivité) et de la distance économique (distance et coût de franchissement limitent l'attractivité). Le modèle de Christaller puise sa légitimité sur sa concordance avec la distribution des zones urbaines de l'Allemagne du Sud. Cependant, une analyse critique permet de démontrer le rôle structurant d'autres facteurs, comme la distribution des pouvoirs politiques, l'existence ou non de réseaux de communication.

2.4 L'ÉCONOMIE DES PROXIMITÉS : UNE MODELISATION DU RAPPORT ENTRE

INTERACTIONS ET DISTANCE

L'analyse des compétences individuelles en matière de maîtrise de l'espace a fait ressortir que les effets recherchés dans les dispositifs spatiaux individuels sont le développement des interactions. L'interaction est la clé d'entrée dans les problématiques de distance (Lévy et Lussault, 2013). L'espace est à la fois le produit des interactions humaines et le contexte dans lequel les interactions peuvent s'exprimer. C'est dans cette optique que l'organisation peut être envisagée comme un processus de construction d'un espace (Hernes, 2004).

Dans le jeu des compétences spatiales (Lussault, 2007; Lévy et Lussault, 2013), les compétences métriques et de franchissement sont destinées à accroître le niveau d'interactions. « *These dimensions are: accessibility–distanciation (distance as a barrier to social interaction, and how this is overcome)* » (Dale, 2005: 658).

Le courant théorique de l'économie des proximités propose une synthèse extrêmement cohérente du rôle des proximités sur les processus dans lesquels sont intégrés des interactions de différentes natures. L'économie des proximités va ainsi mettre en évidence la relation entre des externalités produites sur les interactions et les formes de proximité qui y sont associées : « *What unites the different types of proximity is that all types reduce uncertainty between actors, and, thus, facilitate the allocation of resources to learning* » (Boschma, 2005: 63). L'approche par les proximités s'inscrit dans une conception relationnelle de l'espace (la proximité étant ce qui sépare deux entités) autorisant une capacité d'*agency*. En effet, les régimes de proximités sont aménageables par un acteur ou un collectif, et les possibilités sont multiples compte tenu de propriétés d'agencement des dynamiques de proximités (Torre, 2010; Boschma, 2005).

2.4.1 Définition des formes de proximité

Le concept de proximité en géographie

En géographie, la proximité dépasse la simple distance topographique. Elle dépend de la distance ; or la distance est relative (Bailly, 1985). Elle est relative aux conditions (aspects morphologiques, aux infrastructures, aux conditions financières des acteurs) et aux objets (des individus, des organisations ou avec des objets). Ainsi, elle pourra emprunter des chemins topographiques ou topologiques. Par ailleurs la distance exprimée dépendra de la métrique utilisée (Lévy et Lussault, 2013). Notre époque contemporaine est en d'ailleurs caractérisée par une diversité des échelles spatiales et les possibilités d'ubiquité rendues possible par les technologies réduisant les distances relationnelles, le coût de franchissement et augmentant les fréquences d'accès (Rallet et Torre, 2004; Lévy et Lussault, 2013).

Les proximités sont génératrices d'interactions ; en effet les modalités de la proximité (contiguïté, interfaces, emboitements, co-spatialité) favorisent deux états: la densité et la diversité. Densité et diversité ont des effets importants sur la nature des interactions. La densité permettra d'augmenter les possibilités de connexion dans le système topographique, tandis que la diversité apportera de la richesse à la qualité des interactions.

Les différents types de la proximité

Il existe plusieurs formes de proximité : la proximité géographique et la proximité organisée en sont les deux principaux types (Rallet et Torre, 2004; Torre et Rallet, 2005; Torre, 2009; Gilly et Torre, 2000; Bouba-Olga et Zimmermann, 2004). On retiendra en complément la proximité institutionnelle (Talbot, 2008) et les proximités cognitive et sociale (Boschma, 2005).

Le Tableau 4 présente une synthèse de ces différents types de proximité.

Forme de proximité	Caractéristique principale	Effet de la sur-proximité	Effet de la sous-proximité	Solutions alternatives
Cognitive	<i>Knowledge gap</i>	Absence d'innovation	Incompréhension mutuelle	Cluster avec acteurs complémentaires permettant d'échanger mutuellement
Sociale	Confiance basée sur l'appartenance au même réseau social.	Absence de logique économique dans les comportements	Comportements opportunistes	Modèle hybride basé sur le marché et l'encastrement (Uzzi)
Institutionnelle	Dimension politique régulatrice permettant de résoudre les conflits	Lock-in, inertie	Comportements opportunistes	Equilibre du pouvoir et contrôle (Talbot, 2008; Talbot, 2015)
Organisationnelle	Mise en relation par des règles et routines partagées, contrôle	Bureaucratie	Comportements opportunistes	<i>Loosely coupled system</i>
Géographique	Distance pondérée par le coût de franchissement (Rallet et Torre, 2004)	Effet de lock-in, encastrement	Absence d'externalités positives	Association de proximités temporaires (Rallet et Torre, 2004; Torre, 2010) Mélange de buzz local et de connections distantes (Bathelt et Schuldt, 2010)(Bathelt et Turi, 2011)

Tableau 4 : Synthèse des différentes formes de proximité - inspiré de (Boschma, 2005)

Proximité géographique et connaissance tacite

La proximité géographique est définie comme étant l'inverse de la distance entre deux entités, pondérée par le coût du franchissement temporel et monétaire de cette même distance (Rallet et Torre, 2004). Ainsi, la distance kilométrique, qu'elle soit topologique

dans le cas d'un sentier, ou topographique, dans le cas des réseaux de transports, est augmentée ou diminuée selon les conditions de franchissement de cette distance : à distance égale, un sentier en montagne suppose une proximité moindre qu'un sentier en plaine. Il convient d'intégrer à cette contrainte temporelle deux notions : le temps effectif du transport et les fréquences de départ des moyens de transport (Lévy et Lussault, 2013).

Les modalités de la proximité géographiques sont la superposition, la contiguïté et le voisinage (Torre, 2009). Les géographes distinguent les modalités de proximité selon qu'elle est physique ou topographique : dans le premier cas ces modalités seront la contiguïté (via les frontières), les interfaces, les emboîtements ou les co-spatialités (les systèmes urbains). Dans le cas d'une proximité topographique, la proximité s'appuie sur la connexité rendue possible par le nombre d'arcs et de nœuds dans le réseau (Lévy et Lussault, 2013).

La principale caractéristique de la proximité géographique est de favoriser l'accumulation et l'échange de savoirs tacites au sein d'un groupe « proche » et de faciliter ainsi des processus basés sur les mécanismes de partages de savoirs tacites, tels la coopération inter-entreprises, l'innovation. On observera que selon cette acception, la proximité géographique est utilisée pour sous-tendre un discours politique produit par les institutions locales (Etat, collectivités) servant à légitimer leur propre existence ou leur degré d'action institutionnelle.

Une des principales critiques et limites de la proximité géographique concerne le risque de localisme et de chemin de dépendance : si le partage des connaissances tacites peut constituer un atout en matière de milieu créatif (Becattini, 1992), il n'en devient pas moins un danger de sur-encastrement des relations, effet qui au delà d'un certain seuil joue un rôle négatif (Loilier, 2010). A titre d'exemple, nous soulignerons la fonction observée par Uzzi reliant innovation et proximité géographique et dont la forme est une courbe en U inversé, cité chez (Boschma, 2005). Ce constat rejoint les effets observés par l'économie géographique, selon laquelle les externalités positives générées par la proximité géographique sont

contrebalancées par des forces de congestion, telle que l'augmentation des coûts fonciers (Duranton et al., 2008).

La proximité organisée

La proximité organisée est d'essence relationnelle : c'est la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres, en s'appuyant sur une logique d'appartenance exprimée par des règles de routine et de comportement communes et une logique de similitude manifestée par un partage de systèmes de représentation commun (Rallet et Torre, 2004). L'appartenance peut être définie comme l'appartenance à un même graphe de relations (Torre, 2009), ce qui situe les démarches analytique dans un cadre proche de l'analyse de réseau (Chauvet et Chollet, 2010; Lazega, 1998) ou la définition d'une proximité topographique donnée par les géographes (Lévy et Lussault, 2013). La logique de similitude sera quant à elle définie par l'adhésion mentale à des catégories communes, ou se traduira par une faible distance cognitive les uns vis à vis des autres (Torre, 2009).

Nous retiendrons donc que la proximité organisée est un mode privilégiant les processus de coordination, en s'appuyant sur des règles d'appartenance, de similitude et de représentations communes.

Proximités cognitives et sociales

Deux niveaux supplémentaires de proximité sont envisagés (Boschma, 2005): la proximité cognitive ou capacité des acteurs à partager une base de connaissance commune et la proximité sociale, dérivée des travaux de Granovetter traduisant le sentiment d'appartenance à un réseau commun.

La proximité institutionnelle

La proximité institutionnelle complète la notion de proximité organisée en posant la question de la régulation politique (Talbot, 2008). Le partage d'un ensemble institutionnel commun est la condition à l'exercice de toute forme de coordination entre individus : plus la proximité institutionnelle est grande, plus les coordinations vont être possibles. Cependant, même s'il est intériorisé et commun, l'espace institutionnel génère par nature un état de conflit permanent. En effet, ce n'est pas seulement un état cognitif partagé statique mais aussi une tension entre des positions rendues asymétriques par les rôles institués ou les règles instaurées. Ainsi la proximité institutionnelle contient à la fois l'espace cognitif partagé et le mode de régulation et de contrôle politique qui organise l'espace cognitif. Dans cette perspective, la proximité organisée est un sous-ensemble de la proximité institutionnelle, les organisations étant elles-mêmes des sous-produits des institutions.

Propriété des proximités

Deux attributs spécifient les proximités : le fait d'être subie ou recherchée et la dimension temporelle, ou le fait d'être permanente ou temporaire. Ces attributs permettent de multiplier les modalités d'agencement des proximités.

Passivité des proximités en l'absence d'activation

De toute évidence, la nature des interactions créées dans les systèmes de proximité ne doit pas être simplifiée avec une proximité géographique à qui correspondrait des échanges de connaissances tacites alors qu'à la proximité organisée correspondrait des échanges d'informations codifiées (Rallet et Torre, 2004).

En effet, la proximité géographique est réputée neutre et n'implique pas dans un premier temps la génération d'interactions (prenons le cas d'un quai de métro aux heures de pointes, il y a une proximité et une densité géographiques sans que pour autant soient générées des interactions). « Le fait de se sentir « proche » ne doit pas être interprété comme l'assurance qu'une relation s'instaure. La relation à autrui ainsi posée n'est ici qu'une possibilité de relation entre deux individus pour l'instant indépendants » (Talbot, 2009: 13).

En outre, une proximité géographique se caractérise par un potentiel de conflit d'occupation ou d'usage. Ainsi, un territoire est la forme institutionnelle résultant d'un processus d'appropriation et de contrôle d'un espace géographique (Sack, 1986).

Une solution permettant à la fois de moduler ces conflits potentiel tout en générant des interactions est d'associer plusieurs formes de proximité : « La distinction fondatrice entre proximité géographique et proximité organisée trouve ainsi, dans le cas des usages concurrents de l'espace, une expression renouvelée, dans laquelle la proximité géographique est source de conflits et de tensions, les modalités d'apaisement ou de résolution pouvant être puisées dans les ressources de la proximité organisée. » (Rallet et Torre, 2004: 39).

Définition de la densité

La densité est une mesure relationnelle, car elle met en relation dans un rapport une masse à une autre grandeur. En géographie, la densité calculera le rapport d'une masse avec une étendue, elle-même caractérisée selon des axes d'échelle et de métrique. L'intérêt de cette

mesure est la grande liberté offerte aux choix du numérateur (« tous les indicateurs sociaux spatialisés ont vocation à y prendre place » (Lévy & Lussault 2013: 258)) et du dénominateur : la définition de l'espace peut ainsi sortir du cadre euclidien.

Définition de la diversité

La diversité est un rapport entre un niveau d'hétérogénéité et un espace donné. Une diversité sans densité n'a que peu d'intérêt. Trois grandes catégories permettent la mesure de la diversité : la composition en groupes sociaux ; les activités productives ; les fonctions (induites ou exportatrices, par exemple). Les degrés de diversité sont généralement corrélés entre eux : à la mixité sociale, correspond une diversité d'activités et une diversité de fonctions. On observe un mécanisme par lequel la diversité s'auto-entretient. Un effet d'échelle intervient de façon décisive dans les effets de la mixité: une mixité sociale d'un petit groupe inclus dans un espace n'aura pas les mêmes effets que pour un groupe de taille plus grande. Cet effet scalaire de la diversité démontre que l'on ne peut pas penser l'espace comme fractal (Lévy et Lussault, 2013).

2.4.2 La dynamique des proximités

La dynamique de proximités est l'association de différents types de proximité en fonction des contraintes des espaces physique, sociaux et mentaux et dans le but de générer un ensemble d'interactions profitant de cette association.

Les capacités combinatoires des différents types de proximité ainsi que le caractère substitutif (Boschma, 2005) rendent les combinaisons possibles en fonction des besoins liés au projet (Loillier, 2010) tel le cas d'Airbus (Torre, 2009). Ici le recoupement entre les impératifs de l'*agency* et les possibilités offertes par les régimes de proximités prend toute sa mesure.

Nous définissons la notion de régimes de proximité comme l'action d'agencement de modalités géographiques, organisationnelles et institutionnelles, de façon temporaire ou permanente, permettant le rapprochement d'un ensemble d'acteurs, dans le but de générer des externalités sur le processus dans lesquels ces acteurs sont engagés.

A titre d'exemple la proximité géographique temporaire consiste en un regroupement d'acteurs dans des lieux géographiques communs, tels les salons et foires (Bathelt et Turi, 2011) en vue d'assurer la communication et les échanges via les rencontres face à face de façon temporaire.

L'attache à un lieu reste nécessaire

Le rattachement à un lieu dans les dynamiques de proximité est primordial.

D'une part les organisations auront tendance à se rapprocher d'autant plus facilement qu'elles partagent une base territoriale forte. Celle-ci n'étant pas nécessairement commune, elle doit cependant offrir un cadre de référence et de codification des connaissances tacites. Cela rejoint la question de la matérialité (Dale, 2005).

D'autre part « le lieu est à l'origine de la fixité des institutions » (Talbot, 2009: 7).

Enfin, même dans les cas de mobilité, nous avons pu observer que le non rattachement à des lieux réels, que la mobilité dans des espaces blancs ou des non espaces génère in fine un encastrement mental, un « engluement » tout aussi porteur d'externalités négatives que l'est le sur encastrement lié au localisme (Costas, 2013).

CHAPITRE 3. CADRAGE CONCEPTUEL : UNE HISTOIRE DE RAPPROCHEMENTS DANS L'ESPACE THEORIQUE

- 3.1 L'émergence de co-spatialités théoriques
- 3.2 Elaboration du cadre conceptuel

L'intérêt du cadre conceptuel est de présenter les concepts retenus dans la revue de littérature, de mettre en évidence les relations entre eux, en vue de formaliser un ensemble de propositions ou d'hypothèses.

N'ayant pas trouvé trace de recherche approfondie sur le rôle de l'espace (ou d'un de ses dimensions comme la distance) dans le champ théorique du travail institutionnel¹⁵, nous avons mobilisé des éléments théoriques issus de plusieurs disciplines afin de pouvoir répondre de manière exhaustive à notre question principale : **une action sur l'espace favorise-t-elle le travail institutionnel ? Quelles compétences spatiales ou mécanismes de production d'espace individuel ou collectif sont sollicités ? Un apprentissage individuel ou organisationnel est-il possible ?**

Dans une telle démarche, la clarification opérée dans la définition du cadre conceptuel en est rendue d'autant nécessaire. «...Si le chercheur emprunte à plusieurs théories comme cela est très souvent le cas en sciences de gestion, il est obligé de créer un référentiel théorique précis» (Albarello, 2003) cité dans (Gavard-Perret et al., 2008: 64).

C'est le propre de la recherche interdisciplinaire (Darbellay, 2011: 73) : « le préfixe inter- signifie bien ce qui est «entre », soit la relation de réciprocité entre plusieurs disciplines dans laquelle on se situe pour décrire, analyser et comprendre la complexité d'un objet d'étude commun ». Ce travail de construction d'un modèle théorique pertinent est à rapprocher de la méthode d'exploration théorique, dans laquelle « ...le chercheur va sélectionner et retenir un certain nombre d'objets théoriques dans l'un et l'autre des champs étudiés (ou disciplines).

¹⁵ A l'exception du rôle de la dispersion spatiale soulevé par Lounsbury et Crumley comme facteur d'hétérogénéité conduisant à une dynamique collective dans les créations de pratiques (Lounsbury et Crumley, 2007).

Ceci va délimiter le cadre conceptuel de sa recherche. L'exploration se situe au niveau du lien nouveau opéré. » (Charreire-Petit et Durieux, 2014: 90). En effet, notre recherche s'appuie sur un cadrage conceptuel cherchant à mettre en évidence un certain nombre de liens sur lesquels portera l'exploration.

Nous allons donc constituer un *espace théorique commun*, en procédant par analogie avec ce que nous avons déjà appris de la revue de littérature sur la construction d'un espace, c'est à dire en travaillant sur les contiguïtés, les espaces de recoupement, les interfaces, les emboîtements ou les co-spatialités. Nous allons donc procéder à une série de rapprochements et de recoupements en vue de définir des espaces théoriques caractérisés par des patterns théoriques communs.

Ainsi nous avons identifié dans notre revue de littérature trois niveaux d'analyse:

- le niveau macro
- le niveau individuel (l'acteur)
- le niveau des interactions.

En pratiquant une comparaison deux à deux des cadres théoriques, nous avons abouti à un ensemble de concordances théoriques extrêmement significatives pour chacun de ces niveaux d'analyses, comme résumé dans le Tableau 5.

Niveau d'analyse	Théories sur les institutions	Théories sur l'espace
Macro : rapports sociaux	Le travail institutionnel dans un champ organisationnel	Les rapports de production de l'espace
Micro : acteur	L'entrepreneur institutionnel	Les compétences spatiales
Micro : interactions	La légitimité	La proximité

Tableau 5 : Des espaces théoriques concordants

Au niveau macro, nous observons une correspondance entre l'analyse de l'espace proposée par Henri Lefebvre et les séquences du travail institutionnel. Au niveau de l'acteur, un rapprochement s'effectue entre les compétences de l'entrepreneur institutionnel et les compétences de maîtrise spatiale identifiées par Michel Lussault. Enfin, l'économie des proximités, en concentrant l'analyse sur les interactions, nous convie à nous interroger sur le parallèle entre proximité et légitimité cognitive.

3.1 L'EMERGENCE DE CO-SPATIALITES THEORIQUES

3.1.1 Production d'espace et travail institutionnel

La notion d'un espace « produit » (Lefebvre, 2000) s'intègre parfaitement dans notre conception de l'institution comme vecteur et produit des interactions sociales. Le processus de production – reproduction en constitue la dynamique, qui permet l'obtention d'un équilibre temporaire (Aoki, 2001).

Ainsi, à l'espace conçu, domaine des conflits de pouvoir correspond la dimension politique du travail institutionnel, tel que nous l'avons défini. A l'espace perçu, domaine de la corporéité correspond la dimension pratique du travail institutionnel. Enfin, à l'espace vécu (ou espace des représentations) correspondent les aspects cognitifs du travail institutionnel.

Le Tableau 6 présente la correspondance théorique effectuée entre les dimensions du travail institutionnel et les catégories de l'espace selon H. Lefebvre.

Finalité	Typologie de l'espace	Définition	Destination	Type d'action	Exemples	Dimension du travail institutionnel.	Phases du travail institutionnel
Régulation des rapports sociaux	Espace conçu	Production de l'espace (avec un objectif de reproduction). Possibilités de contestation	Rapports sociaux	Emplacement	Politique territoriale (ou urbaine)	Dimension politique	<i>Advocacy</i> <i>Defining</i> <i>Vesting</i>
	Espace perçu	Représentations de l'espace (codes et signes)	Individu (dans sa corporéité)	Enactement	Organisation du travail (l'open space)	Dimension pratique	<i>Constructing identities</i> <i>Changing normative associations</i> <i>Constructing normative networks</i>
	Espace vécu	Espace des représentations (symboles)	Individu (dans son intériorité)	Enchantement	L'art	Dimension cognitive	<i>Mimicry</i> <i>Theorizing</i> <i>Educating</i>

Tableau 6 : Production d'espace et travail institutionnel

3.1.2 Compétences spatiales et entrepreneur institutionnel

Nous nous inspirons de la classification des compétences de l'entrepreneur institutionnel dans un champ émergent dans l'étude de cas du traitement du HIV au Canada (Maguire et Lawrence, 2004) (voir Tableau 3). Les propositions définissant l'entrepreneur institutionnel sont au nombre de six. Les deux premières propositions concernent la position de l'entrepreneur institutionnel tandis que les propositions suivantes qualifient les pratiques de l'entrepreneur institutionnel. Nous allons comparer l'ensemble de ces propositions avec les compétences de maîtrise de l'espace identifiées par Michel Lussault. Le Tableau 7 présente la synthèse de ce rapprochement.

La position de l'acteur est en relation avec l'habitus de l'acteur (Bourdieu, 1994), plutôt générateur de routines et a une influence déterministe sur le cours des actions. La position explique certaines compétences sociales (certains auteurs citent à ce propos la notion de capital spatial) : emplacement, franchissement et métrique (ou la capacité à estimer les distances, notamment sociales).

Ces attributs, certes nécessaires, restent insuffisants pour expliquer que les mécanismes intégrés (le « *taken for granted* ») sont remis en cause dans un processus d'interrogation cognitive, conduisant à la théorisation et à la création d'un nouveau script porteur de changement institutionnel.

Compétences de maîtrise spatiale (Lévy et Lussault, 2013)	Description	Condition	Compétence de l'entrepreneur institutionnel (Maguire et Lawrence, 2004).
Emplacement	Capacité à trouver la bonne place aux objets et personnes	Fortement dépendant d'un habitus social	Position sociale de l'acteur (Battilana, 2006; Kisfalvi et Maguire, 2010; Hardy et Maguire, 2008)
Franchissement	Capacité à franchir une frontière un seuil		
Métrique	Capacité à mesurer les distances, physiques ou idéelles	Dépendant d'un habitus social ou orienté action	
Délimitation	Capacité de discrimination et de découpage	Action (par opposition à usage et pratique)	Compétence d'acteur social : connexion des parties prenantes et théorisation (« reframing ») (Fligstein, 1997; Fligstein, 2001) ; capacité d'action politique (Fligstein, 2001; Levy et Scully, 2007).
Echelle	Capacité à classer du plus petit au plus grand	Action (par opposition à usage et pratique)	Compétence instrumentale et cognitive (DiMaggio, 1988), Compétence cognitive (identification des dimensions légitimes des parties prenantes, et « reframing ») (Suddaby et Greenwood, 2005).

Tableau 7 : La « maîtrise spatiale » et l'entrepreneur institutionnel

C'est dans la situation d'épreuve que la routine et l'habitude se transforment en action (Cloutier et Langley, 2013; Dansou et Langley, 2012). Deux compétences sont ainsi mises en parallèle :

- les capacités de découpage et de délimitation des variables spatiales (le « bricolage » de l'entrepreneur)
- les compétences d'acteur social : théorisation, *framing* et connexion des parties prenantes.

Enfin, nous associons la maîtrise des jeux d'échelle avec les mécanismes cognitifs du travail institutionnel. Le travail sur l'échelle est fondé sur une projection de l'individu à un ensemble de repères dépendants des objets. Il fait ainsi recours au processus allocentré décrit dans le mécanisme de navigation (Amorim, 1999). Nous avons précédemment assimilé ce processus nécessitant un effort cognitif supplémentaire au processus de remise en cause des normes culturelles (DiMaggio, 1997).

3.1.3 Le rôle de la proximité sur la légitimité

La revue de littérature a identifié la légitimité comme le principal indicateur révélateur de l'institutionnalisation. En d'autres termes, la légitimité est une des dimensions de l'institution (dans leur acception cognitive) (Deephouse et Suchman, 2008; Suchman, 1995). En effet, pour qu'une pratique nouvelle se transforme en institution, il faut qu'elle acquière un statut de légitimité cognitive.

Problématique liée aux interactions

Les interactions sont la base du processus de légitimation et d'institutionnalisation (voir A. Giddens). Une nouvelle pratique, si elle est isolée (par exemple faire une randonnée seul) n'a aucun potentiel de légitimation. Ce n'est que par le développement de la densité (Deephouse et Suchman, 2008; Suchman, 1995) et de la diversité des interactions (Lévy et Lussault, 2013) que la légitimation (ou son corollaire la dé-légitimation d'une pratique) va être effective.

La nature des enjeux interactionnels conditionne donc les formes de légitimité recherchées.

La Figure 6 présente le rapprochement entre les principales formes de légitimité, les différents modèles d'interaction et les types de proximité.

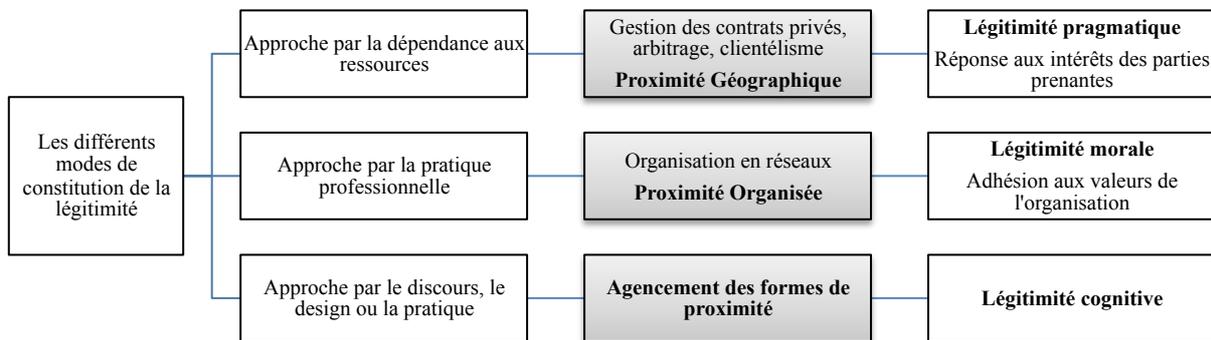


Figure 6 : Rapprochement entre proximité et légitimité

Dans l'étude de cas sur les pratiques pluridisciplinaires dans les firmes d'audit (Suddaby et Greenwood, 2005), les formes de légitimité mobilisées vont dépendre de la motivation des acteurs : les promoteurs des fusions d'activité (les grands cabinets d'audit) vont s'opposer au régulateurs et aux autorités de contrôle (la *Securities and Exchange Commission*). La nature des interactions (finalité économique versus finalité régulatrice) va conditionner la forme de légitimité recherchée.

Ainsi, les interactions où les intérêts individuels s'expriment, comme les enjeux de voisinage, sont caractéristiques des questions de légitimité pragmatique. Les modes d'expression de ces interactions sont principalement les contrats, les contentieux.

Les interactions de nature professionnelle (du type création de codes déontologiques définissant la profession, ou normes professionnelles) vont caractériser des enjeux de légitimité morale. Les produits de ces interactions aboutissent à la création des réseaux professionnels, des corps ou des ordres. Selon les auteurs du courant néo-institutionnel, la légitimité morale prend un sens de congruence vers l'éthique d'une profession, dans le cadre

des mécanismes d'isomorphisme; il est donc convenu dans ce dernier cas de parler de légitimité professionnelle, par opposition à l'usage que font les sociologues de la légitimité morale, d'avantage rattachée à la notion de valeur morale (Deephouse et Suchman, 2008).

Concernant la morale professionnelle, Durkheim observe que l'importance et la fréquence des contacts dans un *groupe organisé* va faire augmenter le nombre des idées et accroître leur diffusion et ainsi renforcer la légitimité du groupe. Ils atteindront une morale professionnelle plus forte, plus consistante et ainsi adopteront en retour une meilleure organisation (Durkheim, 1997). En revanche la dispersion géographique est un frein au développement des interactions : « imaginez une population sur une vaste surface » et les occasions de se former ne se feront que dans des « cas rares qui nécessiteront de laborieux assemblages de ces sections éparses » (Durkheim, 1997: 47).

Les termes empruntés par le sociologue correspondent en tous points au cadre d'analyse de l'économie des proximités. La description du mécanisme de légitimation des interactions dans un groupe professionnel correspond à la définition de la proximité organisée. La proximité géographique est une condition nécessaire mais insuffisante : la dispersion géographique est un frein ; la simple proximité géographique génère des interactions de voisinage.

Un pattern se dessine : la proximité géographique semble correspondre aux interactions portant sur des questions de légitimité pragmatique ; la proximité organisée correspond à des interactions portant sur des questions de légitimité morale.

Le modèle de proximité qui correspond à la légitimité cognitive est plus complexe à identifier.

- D'une part la proximité géographique est nécessaire car elle crée un milieu culturel (Becattini, 1992) et favorise l'échange de données tacites (Grossetti et Filippi, 2004; Gilly et Torre, 2000; Rallet et Torre, 2004),
- D'autre part elle est un frein (risque de localisme).

- Enfin la proximité organisée devient nécessaire à un certain stade de diffusion de l'institutionnalisation (partage de connaissances codées), mais elle peut être un frein à l'émergence de nouvelles pratiques (mécanismes de défense via l'isomorphisme aux arrangements institutionnels dominants).

Le processus de légitimation cognitive par l'agencement des proximités est de type « boîte noire » : nous savons qu'un résultat est produit, mais nous ne sommes pas totalement certains du mécanisme sous-jacent.

3.2 ELABORATION DU CADRE CONCEPTUEL

Les opérations de rapprochement des cadres théoriques ont permis de dégager trois espaces théoriques cohérents permettant de traiter la question de recherche :

- le point de vue des rapports de production et de l'institutionnalisation ;
- le point de vue des compétences individuelles de l'entrepreneur institutionnel ;
- la relation entre proximité et légitimité.

Il reste cependant à relier ces trois espaces théoriques, notamment en approfondissant les relations entre chacun des ensembles. Nous allons procéder par étapes successives.

Dans un premier temps, nous avons choisi de représenter graphiquement les relations entre les trois champs théoriques et disciplinaires mobilisés.

La Figure 7 illustre les échanges croisés entre concepts tels que nous avons pu les formaliser dans la revue de littérature :

Les définitions de l'espace abordées par la géographie apportent un éclairage sur les modalités d'un espace relationnel, construit par des acteurs (Lefebvre, 2000) dotés de rôles et compétences (Lussault et Stock, 2010) permettant l'établissement de régimes de proximité.

Ces régimes de proximité influent directement sur la nature ou le type des interactions et créent des externalités positives sur ces mêmes interactions. Or, la structure même des institutions résulte d'un modèle d'équilibre des interactions (Aoki, 2001). Il est donc pertinent d'associer aux phases du travail institutionnel les externalités produites par les régimes de proximité.

Les institutions encadrent et définissent l'espace (en apportant une signification, en organisant la pratique et en régissant les relations entre les différents acteurs « producteurs d'espace »).

De fait, la création, la maintenance ou la fin d'institutions a un effet sur l'espace relationnel défini en premier lieu.

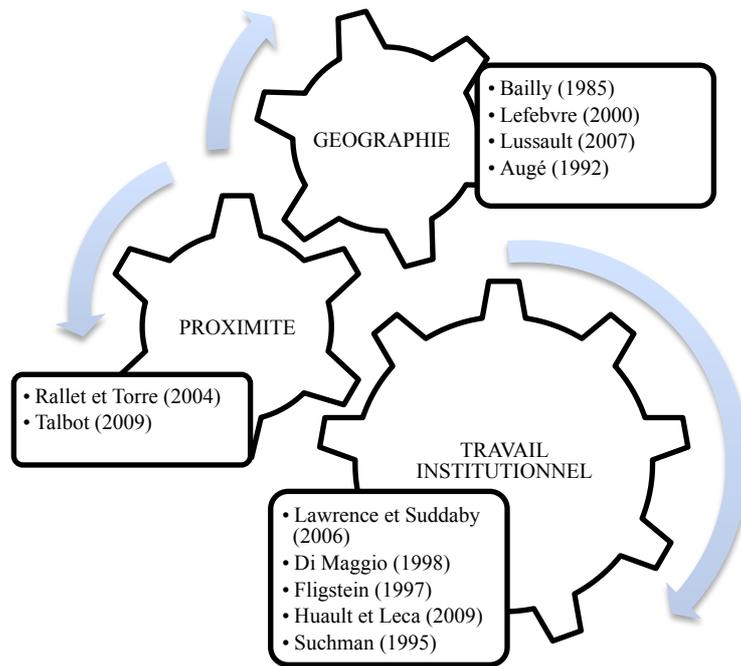


Figure 7 : Un cadre théorique initial basé sur des concepts interdisciplinaires

On observe un lien fort de causalité entre les relations ainsi formalisées :

- la construction d'un espace relationnel influe sur le régime de proximité (relation 1) ;
- la nature de ce régime de proximité influe sur le travail institutionnel (relation 2),
- le résultat du travail institutionnel rétroagit à son tour sur l'espace (relation 3).

Le processus est continu dans le temps.

Ce processus dynamique est formalisé et synthétisé en Figure 8.

Dans la figure de synthèse, les cadres qui représentaient les champs disciplinaires sont remplacés par des actions. Ainsi posé, notre recherche sur le rôle de l'espace sur les institutions, consiste à analyser le type et la nature des actions sur l'espace dont un agent va s'emparer dans un projet de changement institutionnel, l'effet produit sur les régimes des proximités, et l'influence que cette combinaison exerce sur le travail institutionnel.

Ce cadre conceptuel équivaut à une opération de décomposition en plusieurs étapes du lien établi par Hannah Arendt entre distance et institutions, en resituant sa notion première de distance dans un cadre d'analyse de la proximité : nous soulevons les questions sur les leviers d'actions disponibles sur cette distance (« action sur l'espace ») et nous interrogeons sur les effets de tels agencements de la distance sur le travail institutionnel (quel élément est affecté, dans quelle intensité...etc.).

Ce schéma synthétise notre cadre conceptuel. Nous nous situons dans une logique d'action stratégique, dans laquelle des actions individuelles ou collectives (qu'elles soient d'ordre matériel ou symbolique) modifient un état d'équilibre N-1 pour atteindre un nouvel équilibre en N.¹⁶

¹⁶ Cette définition n'est pas sans analogie avec le concept de micro-fondation : “*We define microfoundations as a theoretical explanation, supported by empirical examination, of a phenomenon located at analytical level N at time t (Nt). In the simplest sense, a baseline micro-foundation for level Nt lies at level N - 1 at time t - 1, where the time dimension reflects a temporal ordering of relationships with phenomena at level N - 1 predating phenomena at level N.[1] Constituent actors, processes, and/or structures, at level N - 1t-1 may interact, or operate alone, to influence phenomena at level Nt. Moreover, actors, processes, and/or structures at level N - 1t-1 also may moderate or mediate influences of phenomena located at level Nt or at higher levels (e.g. N + 1t+1 to N + nt+n). In addition, while our theory focuses on the organizational routine or capability as the focal level N, the focal level N in a microfoundations inquiry may represent any collective level.[2]: For example, explaining industry dynamics (level Nt) in terms of the behaviours and interactions of incumbent firms and potential entrants (level N - 1t-1) is tantamount to providing microfoundations for such dynamics. In turn the behaviours and interactions of incumbent firms and potential entrants may influence other phenomena, at higher analytical levels (N + 1. . . n) and over time (t + 1. . . n), such as the institutional rules governing an industry (e.g. Madsen and Walker, 2007)*” (Felin et al., 2012: 1353)

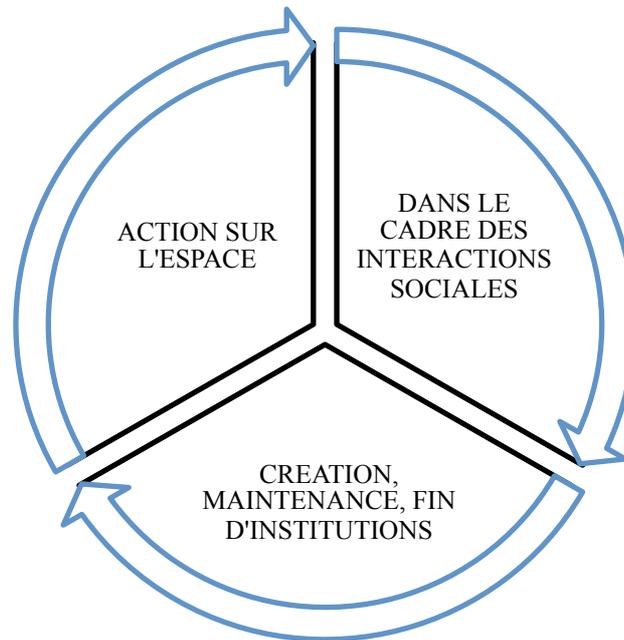


Figure 8 : Cadre conceptuel

Il convient à ce stade d'affiner les différents concepts ou dimensions qui vont sous-tendre ces trois ensembles conceptuels.

En effet, la relative simplicité du cadre conceptuel recouvre des ensembles conceptuels vastes : en nous appuyant sur la revue de littérature nous allons compléter ce cadre avec les concepts pertinents. Ce choix se fera en nous assurant au préalable d'une définition adaptée des unités d'analyse (ou point de vue porté sur notre objet d'étude). En effet, le choix de l'unité d'analyse permet de mieux définir l'objet de la recherche et d'éviter des écueils méthodologiques. Nous retiendrons deux écueils majeurs à éviter : la réification (Lecocq, 2012), et le risque de l'acteur abstrait (Dumez, 2013a).

Dans la réification, le concept passe d'un statut de construit à un statut d'entité réelle. Ce biais génère une confusion entre concept et terrain, et conduit à des conclusions dans lesquelles le concept perd sa portée théorique explicative ou se généralise à toutes les situations.

Enfin, à travers le risque de l'acteur abstrait, se pose la question fondamentale de la distinction entre le construit théorique et les applications concrètes dans la recherche terrain.

Les paragraphes suivants vont donc affiner les dimensions du cadre conceptuel en interrogeant systématiquement l'unité d'analyse de manière à isoler les concepts les plus adaptés pour notre cadre d'étude.

L'action sur l'espace

La revue de littérature nous a permis d'identifier deux grandes familles d'action sur l'espace relationnel. D'une part, l'espace résulte d'un rapport de production (Lefebvre, 2000). Ces rapports de production concernent l'espace conçu, l'espace perçu et l'espace vécu. D'autre part, l'espace est une problématique individuelle trouvant sa source dans des mécanismes cognitifs (localisation, dispersion) que l'acteur va tenter de résoudre en puisant dans un ensemble de compétences acquises (franchissement, découpage, changement d'échelle) (Lussault et Stock, 2010).

Le cadre des interactions sociales

Le principal concept relatif au cadre d'interactions sociales est celui de la proximité. Nous retenons trois formes principales de proximité : proximité géographique, proximité organisée et proximité institutionnelle (Talbot, 2008; Talbot, 2009).

La création, la maintenance ou la destruction d'institutions

La revue de littérature a souligné la diversité des explications causales de la création ou du changement d'institution au sein du courant théorique de la TNI. Nous représentons dans la Figure 9 une taxinomie des principales explications causales de l'origine des institutions. Nous avons vu qu'il existe une perméabilité des concepts entre ces différentes approches, cependant nous n'avons pas matérialisé ces échanges dans le schéma. En effet, l'objet de ce schéma simplifié est de rappeler les quatre points de vue principaux sur les problématiques institutionnelles, dont le choix entraîne des conséquences théoriques distinctes.

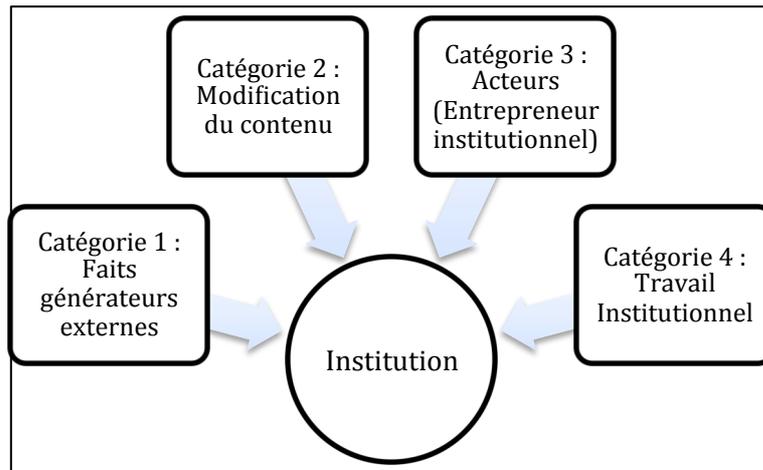


Figure 9 : Taxinomie des origines causales des institutions

La catégorie 1 qui se réfère aux faits générateurs ou facteurs externes comme explication causale regroupe :

- les approches basées sur les conflits entre logiques institutionnelles (Thornton et Ocasio, 2008),
- les conditions préalables des champs organisationnels,
- les chocs externes ou crises (Leca et al., 2008),
- les éléments configureurs de champs organisationnels (Delacour et Leca, 2011).

La catégorie 2 retenant le contenu comme facteur explicatif fait référence à la dimension cognitive des institutions, où toute modification des significations, des schémas entraîne une perte de légitimité d'une pratique et concourt à la désinstitutionnalisation de cette pratique (ou inversement à l'institutionnalisation d'une nouvelle pratique).

La catégorie 3 privilégiant les acteurs du changement fait référence à la figure de l'entrepreneur institutionnel, ou de l'acteur social (Fligstein, 2001). L'acteur peut ici être individuel ou collectif.

La catégorie 4 retenant le concept de travail institutionnel comme explication causale met en avant un processus associant une quantité n d'acteurs autour de phases successives, mobilisant des dispositifs précis en vue d'obtenir une modification des schémas cognitifs.

Il convient de choisir notre point de vue sur le changement institutionnel défini dans le cadre conceptuel (pour mémoire voir Figure 8). Ce choix se fera en privilégiant le degré de causalité entre les concepts de proximité et le degré de nouveauté du modèle d'explication.

Si l'on se place du point de vue de la catégorie 1 (faits exogènes), la proximité a une influence indirecte sur les institutions : un événement de nature spatiale reconfigure le champ organisationnel, ou crée un choc, qui dans un second temps entraîne un changement institutionnel. Cette approche que l'on pourrait qualifier de néo kantienne selon notre terminologie (l'espace y est considéré comme positionnel) entraîne deux considérations :

- étudier l'effet des proximités revient essentiellement à mesurer l'effet des variations de ses attributs positionnels sur les faits générateurs externes et de façon dérivée sur les institutions.
- le lien étudié est indirect (de type variable modératrice).

L'approche par les faits exogènes nous invite à intégrer les concepts de maturité du champ organisationnel et de degré d'institutionnalisation comme potentiellement explicatifs de relations causales, soit sur les modes d'agencement de l'espace, soit sur les résultats des régimes de proximité. Dans cette dernière hypothèse, l'effet d'un régime de proximité sur le travail institutionnel dépendrait de la structure du champ ou du degré d'institutionnalisation.

L'approche par le contenu (catégorie 2 de la Figure 9) nous paraît prometteuse : en effet nous avons brièvement opéré un rapprochement par analogie entre le processus cognitif de navigation spatiale (Amorim, 1999; Bailly, 1985) et le processus de classement culturel à l'origine des institutions (DiMaggio, 1994). Ce rapprochement nous invite à explorer cette

boîte noire des mécanismes cognitifs : sont-ils dissociés ou interagissent ils l'un avec l'autre, en particulier les mécanismes de représentation de l'espace agissent ils comme des révélateurs de nouveaux scripts et schémas cognitifs ? Dans ce modèle, l'existence d'un lien direct entre espace (ou pratique de production spatiale) et mécanisme cognitif institutionnel mérite d'être testée. Cette approche consiste à relier les types de légitimité (Suchman, 1995) avec les régimes de proximité.

L'entrée dans les problématiques institutionnelles par la question des acteurs (catégorie 3 de la Figure 9) identifie le rôle des attributs et des compétences de l'acteur comme source de création, maintenance ou destruction des institutions (DiMaggio, 1988). Ce thème rejoint avec force le croisement des compétences spatiales et institutionnelles (Tableau 7). Ainsi, si la compétence spatiale est une compétence ou une ressource, son analyse ne peut se faire qu'au niveau des acteurs à même capable de la mobiliser et l'exprimer. Ce niveau d'analyse semble particulièrement fécond pour l'étude du lien entre action sur l'espace et institutions au travers de la médiation qu'exerce l'entrepreneur institutionnel. Il est en effet un acteur privilégié, à même de regrouper des compétences d'ordre spatial et des compétences de réagencement institutionnel.

Le travail institutionnel (catégorie 4 de la Figure 9) est un axe qui combine les questions de l'agence individuelle ou collective à travers une combinaison de pratiques. L'agencement des régimes de proximité peut être identifiée comme une pratique additionnelle, ou une variable modératrice sur des pratiques existantes. Il convient d'anticiper le risque de circularité : en effet constater l'existence d'un processus spatial dans un travail institutionnel ne signifie pas nécessairement qu'il y a lien de causalité. Il peut s'agir d'une simple contingence. En effet, les pratiques regroupées par les auteurs dans le cadre du travail institutionnel ont été au préalable individuellement identifiées dans une recherche *ad hoc* explorant le lien entre cette pratique seule et l'institution ou son contenu. A titre d'exemple les pratiques discursives ont

été étudiées pour leur effet sur les scripts et la légitimité (Suddaby et Greenwood, 2005). Pour éviter ce risque de circularité, le recueil des expressions sur l'agencement des actes et l'intentionnalité à travers un entretien ou de l'expérimentation auprès d'un acteur permet de choisir entre contingence et relation causale.

Nous retenons un ensemble de concepts provenant du travail institutionnel, tels que nous les avons analysés en revue de littérature Tableau 2 et que nous regroupons sous le terme de pratiques : type de relation au champ organisationnel ; énoncé de discours ; formation de coalitions ; design ; contrôle et éducation.

Ce point de vue par le travail institutionnel permet de réconcilier l'ensemble des catégories vues précédemment:

- le rôle du champ organisationnel sur les degrés de liberté des agencements de proximité,
- la question du contenu (en particulier à travers la légitimité),
- la position de l'entrepreneur institutionnel et le rôle de ses compétences.

Nous pouvons donc établir une séquence: le niveau d'analyse « entrepreneur institutionnel » permet de couvrir l'ensemble d'une démarche stratégique « travail institutionnel » (compétences, ressources, apprentissage, téléologie, action sur un ou plusieurs contenus) (Levy et Scully, 2007), au sein duquel le cadre d'analyse « contenu » propose un zoom sur un élément détaillé de la démarche stratégique (ici la légitimité) au sein d'un champ organisationnel.

Le concept de micro-fondations des capacités dynamiques (Abell et al., 2008) éclaire notre approche combinée: « *As a result, attention to micro-level sources of heterogeneity has contributed to theoretical debate and advancement in multiple fields or subfields, such as behavioural economics' critiques of conventional economics; (e.g. Camerer et al., 2005; Kahneman and Tversky, 1979) or institutional theory's call for more attention to the*

processes of micro-institutionalization or institutional work (Jennings and Greenwood, 2003; Lawrence et al., 2009; Powell and Colyvas, 2008). » (Felin et al., 2012: 1354)

Compte tenu de la contribution potentielle de l'approche par les micro-fondations au processus du travail institutionnel, il nous paraît utile d'adjoindre à notre dispositif deux concepts complémentaires.

La notion de ressource dans le sens de la Resource-based view (Barney, 1991)

Le but recherché est d'appréhender le rôle des ressources physiques (financière, matérielles), intangibles (capital social, savoirs et savoirs faire, capital organisationnel). Ce rôle peut intervenir à deux niveaux :

- les ressources dont dispose l'acteur lui permettent d'effectuer un travail sur l'espace ;
- l'espace est lui même l'une de ces ressources mobilisées dans les micro fondations du travail institutionnel. Dans ce dernier cas, l'espace tel que nous l'avons envisagé dans sa dimension matérielle et relationnelle est potentiellement une ressource physique, un savoir-faire (voir la notion de « métrise spatiale » (Lussault, 2007).

Le concept de projet (ou intention stratégique)

Ce concept est central dans la littérature sur les capacités dynamiques et les micro fondations (Teece, 2007). « *One form of capability, dynamic capability, involves the 'capacity of an organization to purposefully create, extend or modify' a firm's product or service offerings, processes for generating and/or delivering a product or service, or customer markets (Helfat et al., 2007, pp. 1,4; Winter, 2003). The logic that dynamic capabilities operate on other capabilities indicates that capabilities evolve within a hierarchy (Collis, 1994; Winter, 2000, 2003).* » (Felin et al., 2012: 1355).

Cette notion de projet stratégique sera envisagée sous quatre angles :

- la nature du projet,
- le degré de théorisation,
- le degré d'output social,
- le degré de personnalisation (Davidsson, 2005).

Ces éclairages apporteront des informations sur les antécédents du projet de l'entrepreneur institutionnel et permettront d'éviter le risque de circularité, en s'assurant de l'existence d'un lien de causalité entre les intentions des acteurs (le projet stratégique) et les dispositifs mis en œuvre.

Notre cadre conceptuel est ainsi enrichi sous la forme suivante, nous aboutissons à un construit théorique *a priori* (Eisenhardt, 1989).

Le degré de granulométrie est satisfaisant : les concepts retenus sont suffisamment précis pour envisager leur opérationnalisation.

La Figure 10 présente notre cadre conceptuel.

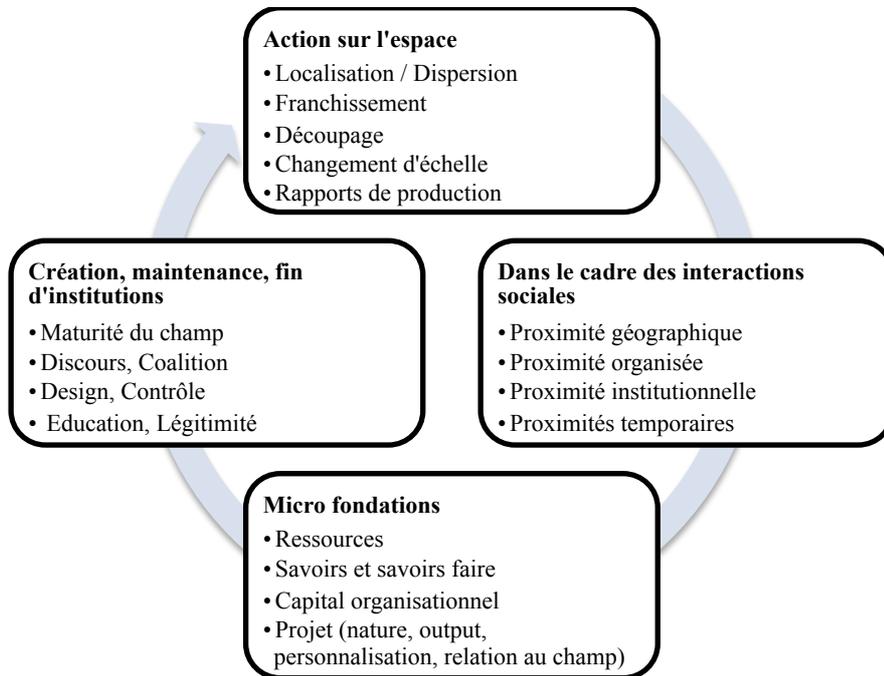


Figure 10 : Cadre conceptuel enrichi

PARTIE II. CHOIX METHODOLOGIQUES ET CONTEXTE EMPIRIQUE

Chapitre 4: Démarche abductive - Design de la recherche autour de deux études de cas

Chapitre 5: Le cas Food Truck - Etude qualitative

Chapitre 6: Le cas Slow Food - Etude quantitative

Chapitre 7 : Résultats et discussion

Le choix d'une méthodologie a été un des moments forts de la recherche. Le dispositif méthodologique retenu doit répondre à la question de recherche de la façon la plus pertinente, dans les termes épistémologiques adaptés à l'objet de recherche et aux objectifs du chercheur, tout en articulant les différents outils disponibles dans un ensemble cohérent (le design). Or dans notre démarche, nous verrons que le dispositif méthodologique a dès le départ participé de l'émergence progressive de la question de recherche. Aussi dans un premier temps nous exposerons la genèse de la question de recherche afin de montrer comment le choix d'une démarche abductive s'est imposé.

Dans un second temps nous reviendrons sur les aspects théoriques de la démarche abductive dans la production scientifique en sciences de gestion, et en tirerons les conclusions nécessaires sur le dispositif à mettre en place pour assurer la validité des résultats.

Puis, nous présenterons le design final retenu : une étude exploratoire de type hybride, c'est à dire empruntant à la fois aux méthodes de la recherche théorique, basée sur la conceptualisation à partir d'un cadre théorique et aux méthodes de la recherche empirique basée sur l'exploitation des données d'un terrain sans cadre théorique préalable (Charreire-Petit et Durieux, 2014).

Notre recherche exploratoire hybride s'appuie ainsi sur des rapprochements théoriques dans un contexte interdisciplinaire (voir le chapitre du cadre conceptuel) et exploite deux études de cas simultanées (food truck et Slow Food) privilégiant ainsi une triangulation des méthodes dans des contextes parents. Les résultats produits seront un ensemble de propositions (jeu propositionnel) à visée théorique (ébauche de relations explicatives entre différentes dimensions des concepts principaux).

Le dispositif méthodologique de chacune des études de cas sera abordé de façon successive en raison de la différence des méthodes employées : qualitatif pour le cas food truck, quantitatif pour le cas Slow Food.

CHAPITRE 4. METHODOLOGIE

4.1 Une démarche abductive

4.2 Un design basé sur l'exploitation de deux études de cas (Yin, 2009)

4.1 UNE DEMARCHE ABDUCTIVE

Notre démarche de recherche s'inspire de la théorie enracinée (*grounded theory*) (Glaser et Strauss, 2010). L'objectif est de faire émerger des éléments théoriques explicatifs à l'aide de l'observation de phénomènes récurrents ou de patterns significatifs dans un domaine d'investigation défini par la nature des faits relevés.

En effet, la genèse de la question de recherche a débuté avec l'interrogation du chercheur sur un « fait surprenant » qui excédait les cadres de lecture théorique existants. Cette anomalie faisait appel à trois questions :

- Sommes-nous en présence d'un matériau permettant l'émergence d'une théorie nouvelle (hypothèse maximale) ?
- Ou bien est-il question d'élargir le catalogue théorique afin d'éclairer ce fait organisationnel et déboucher sur un enrichissement des concepts existants (par croisement de cadres théoriques, de disciplines ou via un travail d'analogie- hypothèse médiane) ?
- Ou enfin n'est-il question que d'un effet de mode (d'habillage par le discours d'un mode organisationnel déjà connu – hypothèse basse) ?

La nature de notre recherche s'inscrivait donc dans un questionnement de nature exploratoire ; son objectif était d'identifier de nouvelles propositions relatives au rôle de l'espace sur les institutions (ou de les infirmer dans le cas de l'hypothèse basse).

4.1.1 L'émergence de la démarche abductive

Ainsi, très tôt dans le processus de la thèse, nous avons entamé le processus de réflexion suivant :

- Un « fait surprenant » issu de l'observation a été formulé : certains entrepreneurs réussissent à modifier les pratiques en réaménageant les représentations de l'espace.

En l'occurrence nous avons identifié le succès de l'entreprise Eataly fondée à Turin par Oscar Farinetti (voir Encadré 2 ci-dessous) comme caractéristique de cette approche entrepreneuriale.

- Une recherche des théories permettant d'identifier les cas (ou règles) expliquant ce résultat a été conduite à travers une revue de littérature approfondie, menant à l'identification de la théorie néo-institutionnelle comme apportant une explication, au moins de manière partielle. Ainsi, le besoin de compléter les concepts théoriques par des emprunts à de nouvelles disciplines (traitant en particulier de l'espace) s'est révélé nécessaire. Selon les termes des sémiologues spécialistes de l'abduction cet élargissement théorique procède de l'enrichissement de l'« Encyclopédie » (David, 1999).
- Après une déconstruction du « fait surprenant », ici l'entreprise Eataly, trois cas représentatifs ont été sélectionnés par le chercheur comme cas explicatifs du fait par une règle (la règle étant ici un construit théorique existant ou à créer). Sur les trois cas, un seul a été abandonné car les hypothèses envisagées ne remplissaient pas des conditions explicatives suffisantes (Dumez, 2013b).

Encadré 2 : Eataly, le succès mondial d'un acteur du « *food market* » italien

Eataly est une entreprise de distribution de produits alimentaires exclusivement italiens créée en 2007 par Oscar Farinetti, un entrepreneur originaire de la ville d'Alba dans le Piémont Italien. L'expansion de Eataly déborde les frontières italiennes avec des implantations aux USA, au Japon et au Brésil.

Son originalité s'appuie sur plusieurs éléments forts :

L'implantation de ses centres commerciaux dans des lieux symboliques, affichant une volonté de redynamiser (ou recoloniser) des sites industriels abandonnés ou des zones en friche. Ainsi, le premier magasin Eataly s'est ouvert à Turin dans l'usine désaffectée des Vermouth Carpano dans le quartier industriel du Lingotto (ancien siège industriel des usines FIAT). En 2012, Eataly a ouvert un gigantesque centre commercial dans une gare construite en 1990 à Rome pour la coupe du monde de Football, désaffectée depuis et transformée pendant des années en un non-lieu insalubre.

L'organisation interne de ses magasins qui alternent sur des surfaces considérables (50.000 sq feet en plein centre de New York près de Madison Square, soit près de 4.600 m². Près de 16.000 m² pour son site de Rome : en comparaison la surface du plus grand hypermarché en France est de 18.800 m² (Auchan Velizy)) des rayons alimentaires et des espaces de restauration thématiques. Ainsi, le centre Eataly de Rome propose 23 restaurants intégrés dans ses surfaces de vente.

Un manifeste défendant une relation à l'alimentation basée sur le respect des produits locaux et des producteurs (inspiré du manifeste Slow Food), le développement des connaissances et de l'apprentissage à travers des formations et des cours prodigués au sein des établissements.

Un attachement identitaire fort (valeurs régionales mises en avant, identité locale et sentiment d'appartenance).

Des partenariats noués en amont avec les producteurs (afin de contrôler la qualité et le respect de la charte) et en aval avec les restaurateurs : ainsi, pour asseoir le succès du lancement des sites américains Eataly s'est associé avec deux grands noms de la cuisine italienne aux Etats Unis (Mario Batali, Lidia Bastianich et Joe Bastianich) ; ou encore dès ses débuts des partenariats ont été signés avec des grandes marques représentatives de la gastronomie italienne (Pasta di Gragnano et Caffé Vergnano par exemple).

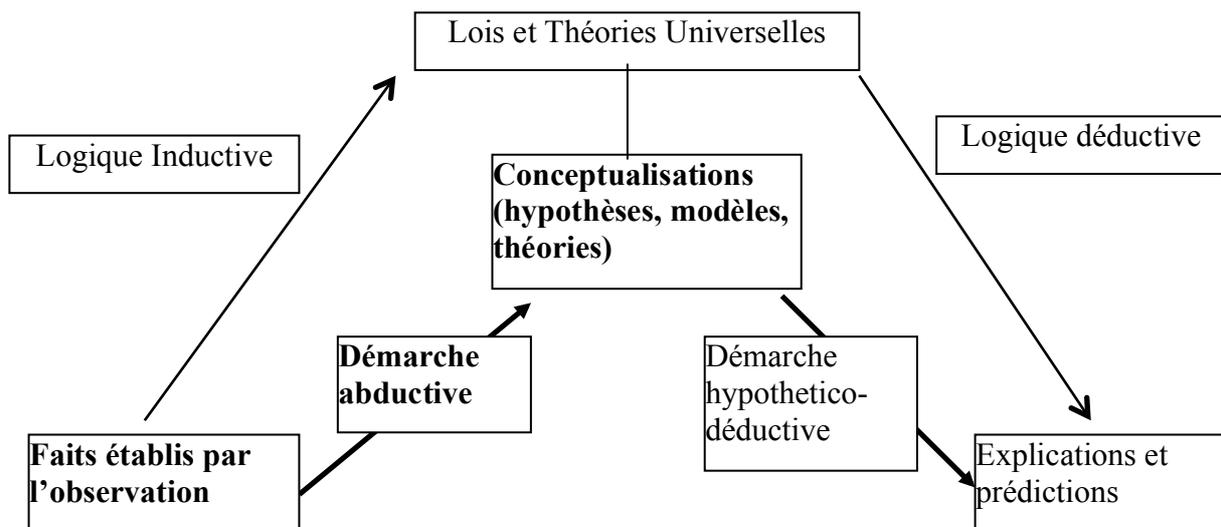
Rétrospectivement, nous avons bien suivi les étapes du raisonnement abductif: à partir d'un résultat observé (ici un fait surprenant), quelle règle existante permet de rattacher ce fait à un cas ? Nous verrons qu'en fonction de la nature du fait (ou du questionnement sur ce fait) et de son rattachement à un catalogue de règles (existantes ou non), l'abduction peut passer du statut d'une simple correspondance explicative (« *over coded abduction* ») à l'émergence d'une nouvelle règle (« *creative abduction* »). Dans ce dernier cas, l'abduction peut créer des cadres théoriques ou conceptuels nouveaux (Dumez, 2013b; Hansen, 2008).

« Le chercheur en management procède cependant le plus souvent par abduction ou adduction. En effet, il est fréquent que le chercheur explore un contexte complexe, empreint d'observations nombreuses, de différentes natures et au premier abord ambiguës. Il va tenter alors de structurer son système d'observations pour produire du sens. En sciences sociales, l'objectif n'est pas réellement de produire des lois universelles mais plutôt de proposer de nouvelles conceptualisations théoriques valides et robustes, rigoureusement élaborées » (Charreire-Petit & Durieux, 2014: 80)

4.1.2 Qu'est-ce que l'abduction ?

L'abduction est un des trois modes de production de connaissances scientifiques avec l'induction et la déduction.

Le schéma proposé par Charreire-Petit et Durieux présente l'articulation entre les faits, les cas et les règles dans les trois approches (Charreire-Petit et Durieux, 2014).



Source : Charreire Petit et Durieux (2014 : 82)

Figure 11 : Modes de raisonnement et productions de connaissances scientifiques

L'abduction démarre avec un fait identifié comme « surprenant ». Il est considéré comme tel car s'il n'y avait pas de surprise sur ce fait, celui-ci s'inscrirait dans une logique de déduction ou d'induction : la déduction permettrait de prédire les effets (d'après la théorie), alors que l'induction permettrait de comparer les effets prédits avec les effets observés. C'est bien quand il y a divergence que le travail abductif peut commencer (Dumez, 2013b). Ainsi posé, l'abduction est un processus d'élaboration de théories nouvelles qui s'appuie sur la primauté temporelle de l'observation sur la définition d'un cas (celui-ci étant défini par le recours à une règle (empruntant à un ensemble encyclopédique de lois, vraies ou fausses) (David, 1999).

« *Abduction is the process of forming an explanatory hypothesis. It is the only logical operation that introduces new ideas; for induction does nothing but determine a value, and deduction merely evolves the necessary consequences of a pure hypothesis. Peirce cited in Fann 1970* » (Hansen, 2008: 456).

Le travail d'abduction consiste donc à rattacher le fait observé à une règle qui permette de prédire un cas, c'est à dire de retrouver le cas (ou la conséquence) si la règle est vraie.

Un exemple de ce raisonnement abductif est utilisé par Umberto Eco : en face de l'expression « Cave ! » l'interlocuteur doit choisir le rattachement à la règle linguistique : est-ce du latin ou de l'argot ? Le choix de la règle permet de définir le cas auquel ce résultat s'applique : soit une mise en garde (en latin) ou au contraire une insulte (en argot) (Eco, 1988: 51). Si la règle est vraie, il est facile de prédire le cas dans lequel se trouve le locuteur.

La démarche abductive ne s'oppose pas à la démarche inductive ou déductive, elle la complète dans une boucle récursive abduction/déduction/induction (comme illustré dans la figure ci-dessus, reprise de Charreire Petit & Durieux (2014 : 82)): « *cette boucle n'a pas besoin d'être parcourue intégralement par chaque chercheur ou au sein de chaque dispositif de recherche : il suffit qu'elle le soit collectivement dans la communauté scientifique* » (David, 1999: 1).

Les auteurs distinguent différents degrés d'abduction. Ainsi la « *weak abduction* » (Hansen, 2008), comprenant « *l'overcoded abduction* » (hypercodification permettant un rattachement immédiat à la règle) et « *l'undercoded abduction* » (consistant à piocher dans l'encyclopédie la règle disponible) identifiées chez Eco ne permettent pas d'élaborer de nouvelles théories ; en revanche la « *creative abduction* » est celle qui impose de créer de nouveaux concepts et d'élaborer de nouvelles théories.

A cet égard les approches interdisciplinaires permettent de favoriser la « *creative abduction* », l'innovation théorique étant un des objectifs recherchés dans les démarches interdisciplinaires, par co-construction de l'objet de connaissance (Darbellay, 2011).

Les hypothèses générées par le processus d'abduction doivent respecter un certain nombre de critères pour renforcer la validité du processus :

- l'hypothèse doit avoir un pouvoir explicatif
- cette hypothèse doit pouvoir être testée
- l'hypothèse retenue doit être la plus simple possible permettant d'expliquer le plus de faits possibles.
- enfin, cette hypothèse ne doit pas « bloquer l'enquête », c'est à dire qu'elle doit permettre d'effectuer de nouvelles recherches par boucles d'abductions (Dumez, 2013b).

L'ensemble du processus abductif ainsi que la formulation du cadre théorique nouveau doivent être documentés et décrits avec suffisamment de précisions afin que tout autre chercheur placé dans la même situation arrive aux mêmes conclusions ou puisse les tester (David, 1999; Charreire-Petit et Durieux, 2014).

Quel positionnement épistémologique pour notre recherche ?

La réflexion sur le positionnement épistémologique a deux conséquences :

- La méthodologie est-elle adaptée au paradigme retenu ?
- Quel est le statut final des connaissances produites ?

Nous nous positionnons dans un paradigme **post-positiviste** qui pose le principe de l'existence d'un réel indépendamment du regard du chercheur, y compris dans les faits sociaux, reconnaissant toutefois que la démarche empruntée par le chercheur ne doit pas réduire la complexité des phénomènes observés (Allard-Poesi et Perret, 2014).

Dans cette perspective, des méthodes de production des connaissances comme l'abduction sont tout à fait acceptées (Gavard-Perret et al., 2008).

4.1.3 Les prérequis de l'élaboration du design

Le design s'oriente donc vers une étude exploratoire visant à faire émerger un jeu propositionnel (jeu d'hypothèses ou de propositions, dans une perspective théorique nouvelle) à travers une démarche abductive.

Le design s'appuiera sur des études de cas représentatives de la question de recherche – notamment à travers leur lien avec le fait surprenant à l'origine de la question de recherche.

Une fois posé ce principe, il convient de s'assurer de la cohérence du design, en matière de méthodologie exploratoire qualitative, de cadrage théorique, de combinaison des méthodes de collecte des données et d'en fixer les limites.

L'étude de cas à visée théorique

Nous nous sommes inspirés des recommandations méthodologiques de Kathleen Eisenhardt dans les processus d'élaboration de théories nouvelles par l'exploitation d'études de cas (voir Encadré 3).

Encadré 3: Elaboration de théories à l'aide d'études de cas

Une méthode s'appuyant sur la traçabilité et la transparence des étapes – d'après (Eisenhardt, 1989; Eisenhardt et Graebner, 2007)

La démarche est post positiviste. Elle consiste à partir d'une question de recherche à établir un «*construct*» ou cadre conceptuel qui soit clair, opérationnalisable et mesurable. Ce cadre conceptuel est ensuite testé dans une démarche rigoureuse d'étude de cas qui permet de :

- Faire émerger des nouvelles pistes, des relations,
- Confirmer des hypothèses ou infirmer,
- Mettre en relation avec des écrits antérieurs (pro ou contre),
- Ebaucher une théorie nouvelle,

Les éléments méthodologiques correspondant à cette démarche sont :

- Le travail à plusieurs investigateurs,
- La sélection des cas (ne se faisant pas de façon aléatoire mais de façon construite en privilégiant la représentation théorique du cas) avec un objectif quantitatif (idéalement entre 4 et 10 cas). L'utilisation de paires de cas permet de lister les similarités ou différences, ainsi l'exemple des cas « polaires ».

- Les modes de restitutions (« *tabular display* ») qui vont permettre de mettre en évidence les régularités (ou patterns),
- L'importance des notes terrain (les « *field notes* ») afin d'enrichir les données issues de l'observation,
- Un travail régulier de vérification de la concordance des cadres conceptuels avec les données cas par cas et non pas de façon agrégée (modèle de réplique).
- Une description rigoureuse de la méthode (en assurant la transparence sur les travaux) pour assurer l'évaluation par un tiers.
- L'achèvement du processus à partir du seuil de saturation.

La conformité de la méthodologie avec le cadre théorique

Le choix de la méthodologie a été en outre confronté aux recommandations des auteurs du courant de la théorie néo-institutionnelle afin de vérifier la compatibilité entre le cadre théorique et le type de design.

Deux propositions de pistes de recherche future publiées dans des articles du courant néo-institutionnaliste nous permettent d'apprécier la compatibilité entre méthodologie et cadre théorique :

- Le croisement entre recherches qualitatives classiques et méthodes quantitatives (de nature classificatoire) est tout à fait adapté aux études sur le travail institutionnel : « *Indeed, we believe most research on institutional work will tend to 'look' very much like traditional institutional research, relying on archival analysis, qualitative field-work, ethnographic observation and hopefully incorporating quantitative techniques such as social network analysis and correspondence analysis.* » (Lawrence et al. 2006: 247).
- Enfin, l'approche par études de cas multiples et l'exergue mise sur la variable spatiale comme étant une des variables restant à identifier dans le travail institutionnel confirment notre choix méthodologique : « *The opportunity to study "spatially dispersed, heterogeneous activity by actors with various kinds and levels of resources" that drive institutional change... (p 20). Yet, multi-case, comparative research remains rare (...). A method such as qualitative comparison analysis seems*

well suited to examining which combinations of variables lead to specific outcomes in the emergence of institutional entrepreneurs or in the diffusion process to which they contribute» (Leca et al., 2008: 22).

Afin d'accroître le potentiel exploratoire de notre recherche, nous avons adopté une approche de triangulation à plusieurs niveaux :

- *Triangulation des données*

Les catégories types de sources de données comprennent les documentations, les archives enregistrées, les entretiens, l'observation directe, l'observation participante et les artefacts physiques (Yin, 2009).

Notre recherche complètera la collecte des données primaires par entretien enregistrés avec un relevé des lieux (catégories des artefacts), des observations directes, des photographies, des mémo terrain : ici l'observation aura pour but « d'aller au delà des entretiens » (Gavard-Perret et al., 2008).

L'observation permettra de confronter le dire des acteurs avec une réalité objective (notamment en matière de création d'entreprise : quelle est la réalité du concept de l'offre...).

Elle permettra en outre de hiérarchiser ou de qualifier les récits des répondants avec des critères qualitatifs (fréquentation, emplacement, contenu de l'offre).

En complément de l'observation, la prise de note mais aussi les séries photographiques viendront contextualiser l'étude de cas et renforcer les données primaires issues des entretiens.

Ce processus de triangulation des données à l'intérieur de l'étude de cas renforce la richesse des données (Yin, 2009).

- *Triangulation des cas*

En complément de la triangulation des méthodes de collecte des informations, nous effectuerons au moins 2 études de cas afin d'obtenir un effet de réplication.

« *if 2 or more cases are shown to support the same theory, replication may be claimed* » (Yin, 2009: 38). Ce principe de réplication renforce la validité externe au résultat de recherche.

Afin de garantir que cette triangulation des cas et des données soit valide, nous effectuerons une analyse de parenté des contextes afin de confirmer le caractère homogène du phénomène étudié.

« *La légitimité d'une recherche qui repose sur des observations approfondies d'un tout petit nombre de cas (voire d'un seul) dépend de l'objectivation des données subjectives recueillies par le chercheur. Or les données subjectives n'acquièrent une dimension objective qu'à travers un effort de contextualisation qui permet la généralisation théorique des résultats de la recherche.* » Girin (1986) cité par (Gavard-Perret et al., 2008: 153).

Le cas échéant le risque méthodologique de multiplication des sources serait de n'obtenir que des preuves non convergentes (Yin, 2009).

- *Triangulation des méthodes (c'est à dire une approche combinant méthode qualitative et quantitative)*

La triangulation des méthodes, qui s'inscrit dans le courant des méthodes mixtes de recherche, permet d'enrichir le contenu et la validité de la recherche.

En premier lieu, les méthodes mixtes se définissent comme suit : « *Mixed methods research is the type of research in which a researcher or team of researchers combines elements of qualitative and quantitative research approaches (e.g., use of qualitative and quantitative viewpoints, data collection, analysis, inference techniques) for the broad purposes of breadth and depth of understanding and corroboration.* » (Johnson et al., 2007: 123).

Au sein de la typologie des méthodes mixtes, nous avons choisi d'effectuer une triangulation des méthodes qualitatives et quantitatives dans laquelle « les analyses qualitatives et quantitatives sont aussi importantes l'une que l'autre. Les conclusions issues des deux méthodes augmentent la validité de la recherche » (Royer & Zarlowski, 2014: 181).

La question d'une recherche action s'est posée. En effet le matériau mettant en situation des acteurs dans un processus de changement, le chercheur « observateur » collecte un certain nombre de connaissances par nature transférables et activables. Ainsi, lors des entretiens nous avons effectué des retours d'informations, auprès des collectivités territoriales qui n'ont pas d'outils d'évaluation statistiques ou économiques de leur influence sur les phénomènes sociaux observés et auprès des entrepreneurs qui s'interrogent fréquemment sur la pertinence de leur business model. Finalement après réflexion sur le design nous n'avons pas franchi l'étape consistant à changer le point de vue des acteurs, leurs actions, leurs modèles, caractéristique d'une recherche action. D'un point de vue méthodologique, une telle démarche se serait appuyée sur la construction du problème avec les acteurs à travers l'élaboration de cartes cognitives conjointement avec les interrogés impliquant ainsi des interactions transformatives entre le chercheur et les acteurs (Allard-Poesi et Perret, 2004). *De facto*, les entretiens sont restés des modes de collecte d'informations et de données secondaires.

4.2 UN DESIGN BASE SUR L'EXPLOITATION DE DEUX ETUDES DE CAS (YIN, 2009)

4.2.1 La sélection des cas food truck et Slow Food

La sélection des cas est un moment délicat. Le choix du cas doit se faire en fonction de la question de recherche, laquelle en effet définira l'unité d'analyse avec des allers et retour : la bonne unité d'analyse sera celle qui répondra au mieux à la question initiale (Yin, 2009). Dans ce processus itératif, la question « d'où je parle ? » doit permettre de vérifier la concordance entre l'unité d'analyse et la question de recherche.

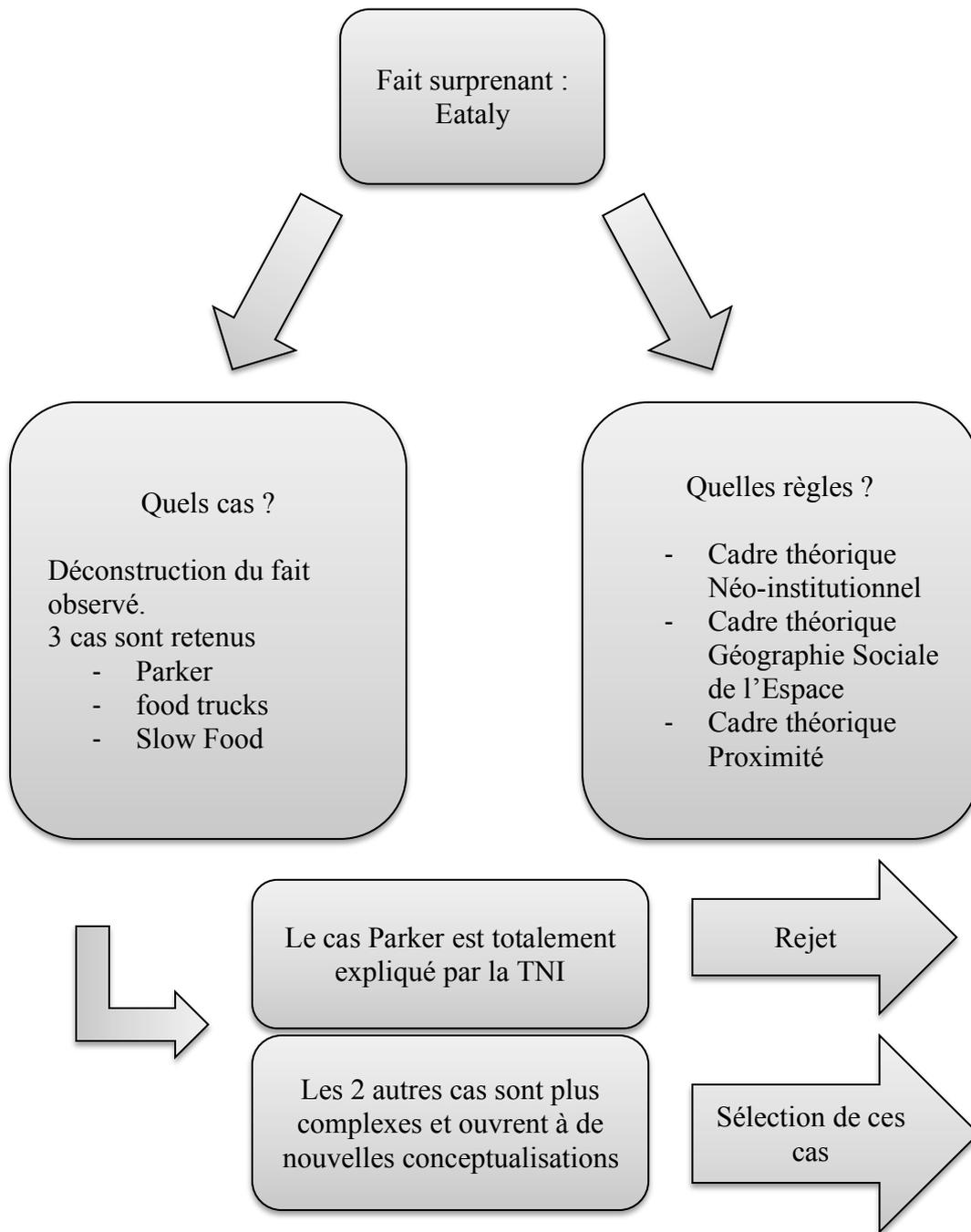


Figure 12 : Processus abductif de sélection des cas

Nous avons sélectionné cinq filtres permettant de garantir que les cas sélectionnés dans le processus abductif sont valides.

Ces filtres sont :

- Les cas proviennent d'une déconstruction du fait surprenant à l'origine de la question primaire de recherche.
- Les cas remplissent les conditions de parenté des contextes (au sens de (Passeron, 1991)).
- Les cas remplissent les conditions d'ancrage théorique.
- Les cas résistent à une seule explication théorique existante (il y a donc matière à explorer !).
- Les cas offrent un matériau accessible.

Déconstruction du cas Eataly

La première tâche du processus abductif a été de décrire le fait surprenant. Si nous n'étions pas en mesure de le rattacher à une règle ou un cas existant, au moins pouvions nous chercher à le décrire. Pour effectuer cette description, nous avons procédé à une déconstruction de l'objet d'étude (Dumez, 2013a).

Cette déconstruction a été effectuée in situ lors de deux voyages d'études au magasin Eataly de Turin.

D'un point de vue spatial, la déconstruction s'est opérée en naviguant dans le complexe Eataly et en décomposant les éléments qui le constituent, par comparaison avec notre propre pratique des centres commerciaux. A ce titre l'expérience a suivi l'exploration d'un espace vécu, en se focalisant sur les repères et les imbrications spatiales :

- *un lieu nouveau dans un lieu ancien* (la fabrique a conservé ses vestiges enchâssés dans l'architecture commerçante) ;

- *le renouveau d'un lieu historique et symbolique* (le quartier du Lingotto emblème d'une ville qui cherche à se réinventer). Par comparaison la réhabilitation du Lingotto de Fiat en centre commercial à franchises n'offre pas les mêmes perspectives (au sens propre comme au figuré, l'agencement des objets dans un cadre dissimulant toujours une approche symbolique (Panofsky, 1976)) que Eataly ;
- *des rayons qui proposent une cartographie des territoires* dans un plan ordonné par type d'aliments ;
- *une verticalité théâtralisée* : dans la cave, les salaisons, les rayons à vin et la brasserie ;
- *un rythme spatial et temporel* marqué par des cuisines ouvertes et des tables (temporel car s'animant selon les habitudes des clients et habitants de ce quartier populaire).

D'un point de vue thématique, le chercheur a recensé les grands thèmes fondateurs du concept Eataly :

- le vin occupe une place de choix, notamment une certaine fétichisation du Barolo produit dans la région d'Alba,
- le Slow Food est présent à travers les logos « sentinelle » étiquetés sur les produits,
- les espaces de restauration rassemblent les clients et visiteurs autour de la mise en scène des pratiques : la viande et les grils ; les plats à base de pâtes (*pasta* ou *pizza*)... on vient autant pour faire ses courses que pour manger ou juste déguster des yeux la préparation des repas.

A l'issue de cette déconstruction à la fois sensorielle et intellectuelle il a paru évident au chercheur qu'il fallait sélectionner un cas parlant de vin, un cas parlant de pratique et un cas parlant de Slow Food. Et que ces trois éléments, groupés autour de la notion d'aménagement intentionnel de l'espace, étaient ce qui résumait le mieux Eataly.

Vérification de la parenté des contextes (Passeron, 1991)

D'après Koenig « *il est nécessaire de porter un jugement sur la parenté des contextes* » p 21 (Koenig, 2006). La parenté s'apprécie au regard de la question de recherche (Charreire-Petit, 2003). La qualité du raisonnement qui argumente cet apparentement permet de conforter la valeur qu'auront les transpositions issues du rapprochement des contextes. Ainsi, les éléments de parenté vont définir la portée des conclusions tirées de l'étude de cas. D'une part le degré de parenté va renforcer la triangulation des données; d'autre part, le tableau de rapprochement de la parenté des contextes va permettre de dire de quoi on parle (ou de statuer sur le point de vue que l'on adopte) : est-on dans l'analyse micro, macro ...etc ?

Parenté des contextes	EA	SF	FT	RP
(EA=Eataly; SF=Slow Food; FT=food truck; RP=Robert Parker).				
Secteur Alimentaire, restauration de qualité.	✓	✓	✓	✓
Action sur l'Espace : investissement d'un lieu (FT) ; redéfinition des géographies (RP) ; attachement à un territoire (SF) ; franchissement des frontières (caractère mondialisé des phénomènes FT, RP, SF).	✓	✓	✓	✓
Existence de figure d'Entrepreneurs Institutionnels dans chacun des cas : Oscar Farinetti (EA), Carlo Petrini (SF), Robert Parker (RP), Kristin Fredericks (FT)	✓	✓	✓	✓
Dimension sociale et politique de l'alimentation : passer d'une alimentation fonctionnelle à une alimentation éclairée c'est à dire un plaisir individuel en discussion ouverte avec le système de production (relation directe, circuits courts, information du producteur, redéfinition de la chaine de valeur basée sur l'appréciation directe par le consommateur).	✓	✓	✓	✓
Production d'énoncés (écrits, manifestes)	✓	✓	✓	✓
Accent mis sur les dispositifs éducatifs: Académie du Goût (SF) ; Guide des vins (SF, RP) ; Livres de recettes de cuisine (FT)	✓	✓	✓	✓
Concordance temporelle (SF et RP ont débuté dans les années 80 et sont actifs à ce jour ; FT et EA ont débuté en 2007-2008).	✓	✓	✓	✓

Tableau 8 : Parenté des contextes

Ancrage théorique

Une des principales méthodes de sélection des cas est de considérer leur validité théorique (Yin, 2009).

Dans le cadre de notre question de recherche liant espace et institution, le plus important a été de relier le cas avec l'existence (avérée ou en cours) d'un travail institutionnel.

L'obtention d'un résultat tangible n'est pas indispensable, les études du travail institutionnel apportent autant d'intérêt en l'absence de lecture rétrospective du résultat. L'étude du travail institutionnel « ne doit pas se limiter aux succès des actions intentionnelles de certains acteurs mais capturer l'ensemble des actions quotidiennes, éphémères, qui en constituent le mouvement principal » (Lawrence et al., 2010).

Pour identifier un cas répondant à ce critère théorique nous nous sommes appuyé sur l'étude du champ organisationnel. En effet la littérature présente les conditions du champ organisationnel comme principal facteur d'émergence de travail institutionnel. De fait une appréciation des conditions du champ organisationnel permet d'évaluer la probabilité d'occurrence d'un entrepreneur institutionnel (individuel ou collectif).

Notre grille théorique de validation des cas repose donc sur deux conditions à remplir:

- existe-t-il des caractéristiques de champ organisationnel génératrices de processus institutionnel ?
- un ou plusieurs acteurs sont-ils impliqués dans un tel processus ? En effet, le cas doit permettre l'observation de comportements individuels ou collectifs se rattachant au processus de travail institutionnel.

Le cas Robert Parker a été abandonné après une recherche documentaire relativement approfondie, et un premier traitement des éléments obtenus. Au regard des cadres théoriques mobilisés, le cas a semblé principalement confirmer la valeur performative du travail discursif

de l'entrepreneur institutionnel et n'a pas semblé apporter d'avancées significatives par rapport à des travaux publiés très récemment, en particulier (Slimane, 2012).

La disponibilité des données

La présence de nombreux food truck en région parisienne dotait ce cas d'un double avantage en matière de collecte de données : non seulement la proximité autorisait un accès direct aux données primaires sous forme d'entretiens, mais de plus le type d'activité permettait d'envisager des modes d'observations afin de remplir nos conditions de triangulation des sources. En complément de nombreux documents produits par le champ (articles de presse, blogs, sites de géolocalisation...etc.) permettaient d'enrichir en données secondaires le spectre des informations primaires recueillies directement par le chercheur.

Le terrain Slow Food est plus lointain sur le plan géographique, mais a produit de nombreuses informations secondaires, compte tenu de l'ampleur internationale de ce mouvement et de son ancrage historique.

Il nous a paru donc plus efficace dans ce contexte de favoriser les données secondaires sur lesquelles des traitements quantitatifs après codage étaient envisageables. Nous avons pu en outre contacter rapidement le centre culturel italien à Paris dont la Bibliothèque s'est révélée contenir de nombreux documents historiques sur la période de lancement du Slow Food, qui ont été gracieusement mis à notre disposition.

En revanche le terrain Robert Parker était le plus fermé en terme d'accès : nous avons eu accès à une biographie très complète offrant des informations très riches. En revanche, l'accès aux numéros magazine « *The Wine Advocate* » s'est révélé plus complexe. Compte tenu du risque de réplique d'éléments théoriques déjà existant, nous n'avons pas poussé nos investigations pour obtenir des copies des numéros initiaux de « *The Wine Advocate* ».

4.2.2 Synthèse du design

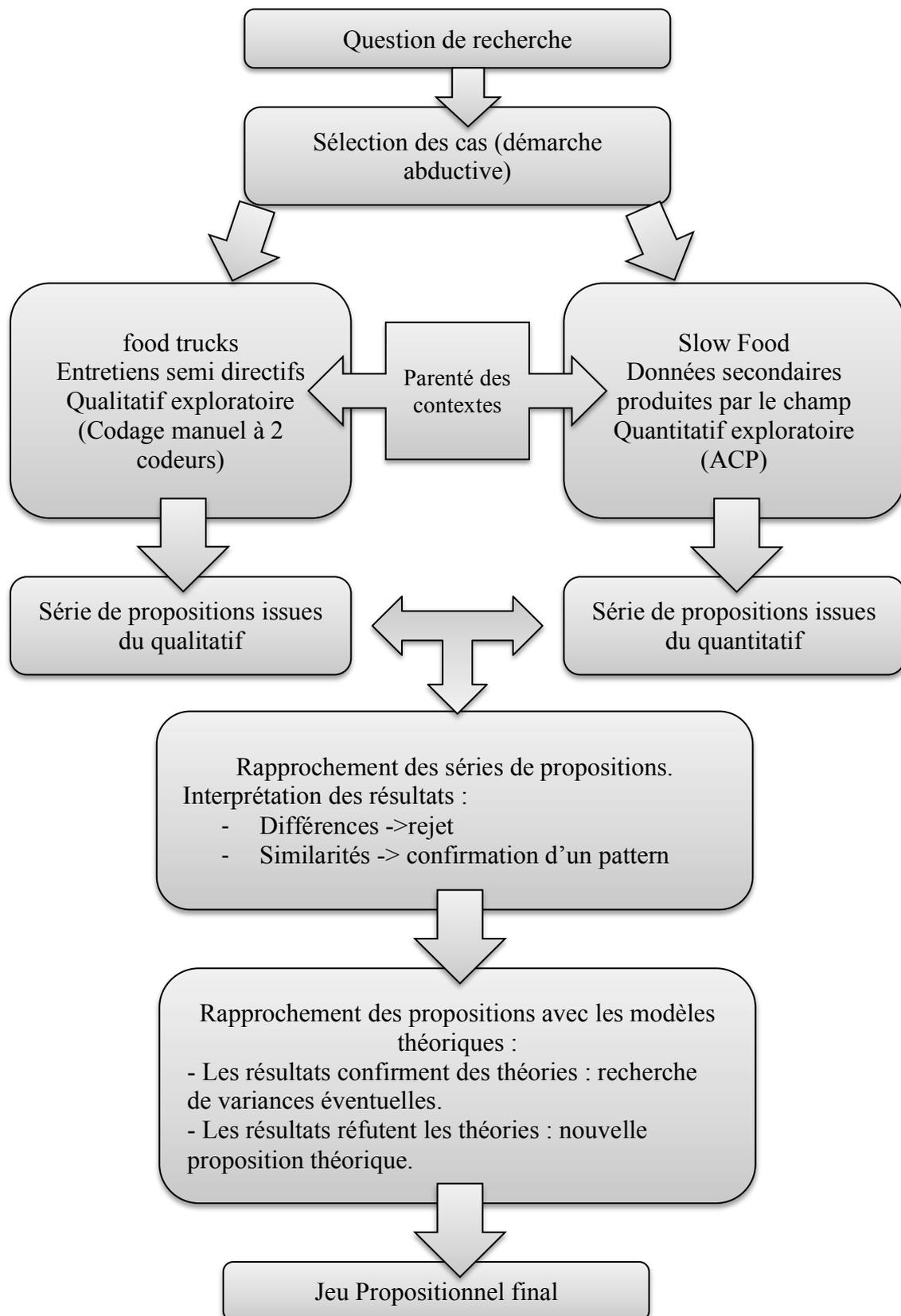


Figure 13 : Design de la recherche : Deux études de cas conduites en parallèle

CHAPITRE 5. LE CAS FOOD TRUCK

- 5.1 Présentation du terrain
- 5.2 Le cadre réglementaire en France
- 5.3 Méthode de collecte de données
- 5.4 Le traitement des données par codage
- 5.5 La présentation des données en vue de leur analyse

5.1 PRESENTATION DU TERRAIN

L'activité de food truck se définit comme la préparation et la vente de denrées alimentaires en mode ambulant (même si d'autres produits ou services ont tendance à se développer sur le modèle).

On distingue les « food cart » qui sont des petites cuisines mobiles installées dans les espaces publics des « food truck » dotés de leur propre système de propulsion. Un regroupement dans un même lieu de plusieurs food truck ou de food cart est appelé un « Pod » (pour « *point of distribution* »).

Bien que la restauration mobile soit un concept ancien dans les centres urbains, on assiste à un essor de cette activité sous une forme qui tend à s'affirmer comme originale particulièrement depuis 2008. En effet, la crise financière aux Etats Unis a eu deux effets qui peuvent expliquer l'essor de ce type de restauration : d'une part de larges espaces privés se sont trouvés inoccupés suite à l'effondrement du marché immobilier ; d'autre part de nombreux jeunes diplômés se sont trouvés sans emploi, ainsi que des restaurateurs dans l'impossibilité d'obtenir des prêts pour ouvrir un restaurant. Les espaces vacants ont été ainsi rendus disponibles au développement d'une activité de restauration mobile, parfois avec l'appui des municipalités; c'est le cas de la ville de Portland, traditionnellement habituée à organiser l'aménagement de son territoire. En revanche, de nombreuses autres villes ont une attitude moins favorable à l'implantation des food trucks, même si l'essor du mouvement pousse à trouver des compromis.

En France, l'essor des food trucks débute en 2012 à Paris avec l'implantation de quelques camions emblématiques. Jusqu'à cette date, la France connaissait deux institutions en vente ambulante : le camion pizza et la baraque à frites.

Le food truck rénove l'image des camions traditionnels sur de nombreux points principalement en développant une offre fortement différenciée sur quatre fronts. Un

ensemble de recherches récentes sur le mouvement food truck aux Etats Unis permet de dégager les fondements de cette différenciation (Schifeling et Demetry, 2014; Anenberg et Kung, 2015; Esparza et al., 2013; Wessel, 2012) En tout premier lieu, la constitution de l'offre alimentaire s'appuie sur une différenciation qualitative qui se manifeste par des repas gastronomiques ou d'esprit gourmet et par un esprit de fusion des références culinaires, sous l'influence de nombreux chefs. En second lieu, la préparation du repas est exécutée dans le camion, devant le client, à l'aide de produits frais. De nombreux acteurs mettent en avant une charte de qualité permettant de se distinguer des offres classiques. Ensuite, l'offre se déplace, est « mobile » vers les lieux de travail ou de loisirs. Cette mobilité est un des éléments les plus caractéristiques de la communication des food trucks. Des auteurs ont ainsi étudié comment la mobilité des food trucks permet de modifier ainsi le rapport à certains non-lieux, transformés de façon éphémère en lieux d'échange (Wessel, 2012).

Enfin, l'offre est numérique, les échanges d'informations entre clients et les food trucks s'opèrent via les sites de géolocalisation, les réseaux sociaux. Des études récentes montrent comment l'utilisation des outils de communication associés à la mobilité dans le cas des food trucks permet d'augmenter la diversité des offres, d'accroître les dépenses de consommation alimentaire en milieu urbain en réduisant les frictions spatiales (Anenberg et Kung, 2015). Ces composantes de l'offre forment les pivots d'un nouvel écosystème générant une transformation des espaces de marché (Schifeling et Demetry, 2014). Cette transformation s'appuie sur une modification des systèmes de représentation portée par la création de coalitions ou d'associations professionnelles dont le but est de réduire l'incertitude et d'augmenter la légitimité (Esparza et al., 2013).

5.1.1 Statistiques sectorielles

Le nombre exact de food truck est assez difficile à estimer puisqu'il n'existe pas de sous-catégorie suffisamment précise dans les nomenclatures d'activité permettant de les identifier.

Ainsi, dans la classification NAF, la restauration en food truck ou food cart se rattache à la division 56 Restauration – dont le critère décisif d'appartenance est que « les plats soient destinés à une consommation immédiate et non le type d'établissement qui les propose » (voir Encadré 4).

Encadré 4: Classe et sous-classe statistique de rattachement des food trucks

Selon la nomenclature d'activités française - NAF rév. 2, 2008 (édition 2015)

Classe : 56.10 Restaurants et services de restauration mobile

Cette classe comprend l'activité consistant à proposer des repas aux clients, que ceux-ci soient servis à table ou qu'ils se servent dans des présentoirs et qu'ils consomment les repas préparés sur place, les emportent ou se les fassent livrer. Elle inclut la préparation et le service de repas destinés à la consommation immédiate, **à partir de véhicules à moteur ou sur des chariots non motorisés**. Cette classe ne comprend pas : l'exploitation sous concession d'installations de restauration (cf. 56.29B).

Sous-classe : 56.10C Restauration de type rapide

Cette sous-classe comprend : - la fourniture au comptoir d'aliments et de boissons à consommer sur place ou à emporter, présentés dans des conditionnements jetables : ...**la vente de repas dans des équipements mobiles**.

Source : INSEE

C'est pourquoi les chiffres publiés sur le nombre réel des food trucks, la part dans l'emploi total de la restauration ou le Chiffre d'Affaire total doivent être interprétés avec précaution.

Pour les besoins de la recherche nous avons effectué un recensement des food trucks en activité à l'aide des sites de géolocalisations (inclus dans le RESEAU-AVAL).

Pour mémoire ces sites sont payants. L'inscription est le résultat d'une démarche volontaire à visée commerciale et ne permet donc pas d'estimer la population dans son ensemble. Sur l'ensemble de notre échantillon seulement 3 food trucks s'étaient inscrits sur l'un de ces sites.

Les estimations obtenues sous-estiment ainsi le montant réel, mais il nous paraît difficile de chercher à corriger par un multiplicateur. Nous nous intéressons à des données internes à la

population (par exemple la concentration spatiale), sur un sous-ensemble de l'échantillon des food trucks que nous pouvons qualifier comme ceux ayant souscrit à une inscription sur un des vecteurs de légitimation (le site de géolocalisation). Nous avons choisi le site « Monitinérant.com » puisque c'est celui choisi par deux de nos répondants.

Nous avons ainsi recensé 145 food trucks sur le territoire français inscrits sur ce site. Sur cet échantillon 53 sont situés dans un périmètre de 50 km du centre de Paris, soit 36,5% de la population des food trucks en Ile de France, 12 unités (8%) dans la métropole Lilloise, 8 dans la métropole lyonnaise (5,5%), 3 dans la métropole bordelaise (2%), 6 à Toulouse et ses environs (4%). Ainsi si ces 5 métropoles attirent 56,5% des food trucks recensés, on est loin d'une distribution cantonnée aux grandes métropoles françaises. Les food truck présentent une dispersion spatiale assez diversifiée dans des villes d'importance et d'attraction diverses.

Les statistiques font état d'une croissance rapide du nombre de food truck en France : une vingtaine en 2012, une cinquantaine en 2013, entre 150 et 250 à fin 2014 (données secondaires retravaillées).

5.1.2 Un mouvement de contestation dans un champ organisationnel

Dans l'approche par étude de cas, la motivation de la sélection du cas ne se fait pas en fonction de critères de représentativité statistique mais en raison de sa capacité à généraliser une théorie (Yin, 2009). La première étape dans l'étude du cas food truck a donc été de vérifier sa validité au regard du construit théorique.

Le secteur de la restauration nous a paru caractéristique d'un champ selon la terminologie (Bourdieu, 1994: 73). Nous avons observé une analogie avec l'exemple du « champ fin de siècle » qui fonctionne en cercles concentriques, avec une avant-garde se spécialisant de façon régulière et dont la production ne peut plus s'analyser qu'en ayant soi-même parcouru l'intégralité de l'histoire du champ. Le milieu culinaire est assez similaire à ce champ

artistique et culturel « fin de siècle » avec des cercles concentriques de plus en plus spécialisés dans lesquels des chefs internationaux évoluent.

Le champ actuel est le produit du processus de changements d'identités et de logiques institutionnelles initié depuis les années 1970 et conduit jusqu'à 1997, ayant contribué à l'institutionnalisation de la « nouvelle cuisine » (Rao et al., 2003).

Nous poursuivons la comparaison avec le champ fin de siècle : le champ gastronomique possède ses propres « éléments configureurs de champ » à l'instar du salon de paris (Delacour et Leca, 2011) tels l'élection du meilleur restaurant du monde, les étoiles des guides gastronomiques...etc.¹⁷ Un autre point de convergence relevé entre ces deux champs concerne le facteur démographique. La croissance du nombre de peintres (Delacour et Leca, 2011) rejoint l'explication de la révolution impressionniste qui a été rendue possible en raison de la « surproduction » de diplômés (Bourdieu 1994: 72).

Dans le cas food truck, l'émergence de ce mouvement trouve son origine dans la crise des *subprimes* de 2008. Les faillites d'entreprises et licenciements massifs ont mis de façon prématurée sur le marché du travail un nombre très important de jeunes actifs diplômés américains. Tout comme dans le champ littéraire fin de siècle, la divergence entre reconnaissance économique et reconnaissance culturelle a été un des facteurs de changement institutionnel : les interviews des premiers créateurs de food truck révèlent l'importance de la prise en compte du choc créé par la crise des *subprimes* sur la fragilité de leur capital culturel et le souhait de recréer un modèle en adéquation avec leur « place » sociale.

La ville de Portland est généralement mentionnée comme étant le creuset du nouveau mouvement des food trucks aux Etats Unis. Le développement de l'offre de food truck correspondrait à une problématique d'aménagement des espaces rendus vacants par la crise

¹⁷ La spécialisation entraîne une distinction des pratiques selon les différents cercles : les restaurants trois étoiles de plus en plus destinés à un public restreint d'une part, les émissions de télévision réalité culinaire pour un public élargi d'autre part.

des *subprimes* : en choisissant de proposer un accès gratuit aux camions sur les espaces inusités, les promoteurs immobiliers auraient lancé le mouvement à Portland. Notons que Portland est une ville réputée pour son approche proactive des questions d'aménagement urbain (Macionis et Parrillo, 2012) : dans les années 1990, confrontée à la croissance de sa population, et cherchant à éviter l'étalement caractéristique des villes californiennes (le « *sprawl* », qui est une forme anarchique du « *suburb* », observable à Los Angeles), la municipalité a décidé la mise en place d'une partition stricte des zones urbaines et non urbaines, en contraignant l'espace urbain dans un périmètre déterminé. Cette approche volontariste s'est dans un premier temps heurtée à l'opposition des « *real estate developers* » et des centres commerciaux ; par la suite, ce choix s'est avéré judicieux, la ville enregistrant une croissance forte de l'emploi, des valeurs immobilières et de la qualité de vie¹⁸.

L'irruption de ces nouveaux acteurs porteurs d'output à forte implication sociale confirme à un second niveau la validité de l'adéquation du cas au construit théorique.

Une collecte de données secondaires sur un conflit entre les food trucks et la ville de New-Orleans pendant la période 2013-2015 a permis de confirmer à nouveau la portée institutionnelle du cas des food trucks, puisque ce conflit a non seulement impliqué des acteurs institutionnels (la mairie) mais a aussi débouché sur un ensemble de réglementations nouvelles (voir Encadré 5).

¹⁸ <http://www.nytimes.com/1996/12/30/us/drawing-a-hard-line-against-urban-sprawl.html>

Encadré 5 : Chronologie d'un conflit dans la ville de New Orleans

Au début de l'année 2012, une plainte d'un commerçant sur l'implantation à proximité d'un food truck dans la ville de New Orleans ouvre un débat sur les autorisations auxquelles sont soumis les food truck. Ces derniers se plaignent des confusions générées par les systèmes d'ordonnances datant des années 1950 et réclament un assouplissement et une clarification des règles.

Ils s'organisent en groupement, le NOFTC (New Orleans food truck Coalition) pour présenter leurs demandes dans le comité de développement économique et des projets spéciaux de la ville (Août 2012). Ils réclament une augmentation des nombres de licences (ou permis d'installation), l'abandon de la restriction de stationnement à 45 minutes, le droit à s'implanter dans le *Central Business District*, et l'abandon de la règle d'éloignement à 600 feet (182 m) d'un restaurant sédentaire.

Le conseil municipal du 4 février 2013 auditionne les délégués du NOFTC, ainsi que les représentants de la « Louisiana Restaurant Association ». Ces derniers mettent en avant les problèmes d'hygiène, l'absence de local sanitaire à l'usage des employés, et l'asymétrie de charges fixes (notamment le paiement des *property taxes*).

Le NOFTC utilise les moyens d'action collective pour défendre sa cause (par exemple en divulguant les adresses mails des membres du conseil municipal afin d'inciter leurs soutiens à les interpeller sur le sujet), dans la recherche d'un accord mutuellement négocié (« *to create a fair food truck law reform* »).

En août 2013, la proposition du maire est acceptée à l'unanimité du conseil municipal et comprend les points principaux : accès au Central Business District, emplacements semi-permanents sur les quais de Rampart Street, abandon de la règle d'éloignement des 600 feet (reconnue comme du protectionnisme archaïque), extension de la limite de stationnement de 45 minutes à 4 heures et garantie de maintien de 100 permis de food trucks.

Le traitement thématique des données collectées dans les recherches sur les origines du mouvement food truck aux Etats Unis, après avoir permis de confirmer la validité théorique du cas, servira de base de préparation des guides d'entretien.

5.1.3 Les food trucks franciliens : une controverse sur l'espace

Les food trucks ont fait leur apparition dans le paysage du champ organisationnel parisien en initiant une controverse publique et journalistique. Dès les premiers articles de presse parus en 2012 l'expérience de Portland et les spécificités du mouvement food truck que l'on pourrait apparenter à une forme de contestation ou de contre-culture dans le milieu gastronomique sont mis en avant. En effet l'opposition entre restauration traditionnelle et restauration mobile

est le premier thème traité par les journalistes (le type de cuisine, mais surtout le profil des créateurs de food truck, qui ne sont pas nécessairement passés par des écoles de cuisine).

Le second aspect du débat concerne l'utilisation de l'espace. La mairie de Paris notamment cristallise la tension en affirmant son refus d'attribuer des emplacements sur la voirie publique.

En contrepoint de la position de la mairie de Paris, des « entrepreneurs institutionnels » ouvrent une brèche. C'est le cas notamment du MK2 bibliothèque dans le 13ème arrondissement qui propose aux food trucks de s'installer sur le parvis de son cinéma. L'attitude des cinémas MK2 en matière d'aménagement de l'espace n'est pas neutre, Marin Karmitz, le fondateur de la chaîne éponyme se définit lui-même comme un acteur de l'espace public. Son action s'inscrit dans une modification en profondeur des rapports de production de l'espace : ainsi, dans une émission radio¹⁹, Marin Karmitz explique comment il a redéfini un espace « cinématographique » urbain en réinvestissant les quartiers non attribués habituellement au cinéma avec son réseau de salles. Il cite comme exemple la version originale qui était traditionnellement limitée au quartier latin et non aux champs Elysées et qu'il a contribué à diffuser spatialement à l'aide de son réseau.

Puis il détaille le projet de son cinéma MK2 quai de seine et les difficultés initiales « d'appropriation » de l'espace avec les jeunes des cités environnantes, débouchant sur des conflits ouverts, finalement résolus de façon coopérative.

5.2 LE CADRE REGLEMENTAIRE EN FRANCE

L'analyse du cadre réglementaire de l'implantation sur l'espace public permet d'apporter un éclairage sur les enjeux institutionnels de cette activité de restauration. En effet, l'activité des food truck croise des problématiques de régulation de l'occupation des espaces (aspects

¹⁹ Entretien dans « *Ils changent le Monde* » (France Inter, le 13 août 2013) : <http://www.franceinter.fr/emission-ils-changent-le-monde-quand-la-machine-a-reves-est-devenue-rentable>

coercitifs) avec des questions culturelles liés aux pratiques alimentaires (aspects normatifs) (DiMaggio et Powell, 1983).

L'activité de food truck est encadrée par deux réglementations : le code de commerce d'une part, et le code des collectivités territoriales d'autre part. Enfin une circulaire de 1987 fixe le cadre interprétatif de la réglementation.

5.2.1 La régulation des activités de commerce ambulant

Le code du commerce fixe les conditions dans lesquelles s'exerce une activité ambulante, à savoir l'obtention nécessaire d'une carte de commerçant ambulant si cette activité s'exerce dans une autre commune que celle de son domicile ou de son établissement principal (Articles L123-29 et R123-208-3 et 4 du code de commerce).

Il est intéressant de noter que cette autorisation ne concerne pas les commerçants qui effectuent des tournées de livraisons à bord d'un véhicule, depuis un établissement fixe, à condition que ces livraisons soient réalisées dans la même commune que leur établissement ou dans les communes limitrophes (article R123-208-1 du code de commerce).

5.2.2 L'autorisation temporaire d'occupation du domaine public

L'obtention d'un droit d'installation temporaire d'un commerce ambulant sur un espace relevant du domaine public est soumis au code des collectivités territoriales : « Article L2213-6, Modifié par Loi 2006-1772 2006-12-30 art. 72 1° JORF 31 décembre 2006 :

Le maire peut, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi, donner des permis de stationnement ou de dépôt temporaire sur la voie publique et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce. ».

L'autorité compétente est donc le maire de la ville dans laquelle va s'exercer l'activité ; le droit d'installation est soumis à une redevance fixée par la collectivité ; enfin cette autorisation se définit par les trois caractéristiques suivantes:

- l'autorisation est personnelle, elle n'est pas cessible et ne peut pas être sous-louée ; il n'existe pas de droit de présentation pour un repreneur.
- elle n'est valable que pour une durée limitée, mais peut être renouvelée. Nous avons vu dans notre étude que ces autorisations s'échelonnent de un à cinq ans.
- elle est révocable à tout moment pour nécessité de travaux à titre d'exemple.

Le non respect de cette règle entraîne une contravention de cinquième classe (Article R*116-2 du code de la voirie routière).

5.3 METHODE DE COLLECTE DE DONNEES

La collecte de donnée sera de type qualitatif sous forme d'entretiens semi-directifs (avec un objet de la recherche caché). Ainsi dans le guide d'entretien, dans les phrases d'introduction, ainsi que dans les questions de relance ni l'espace ni les institutions ne sont mentionnés. Les questions portent sur la qualité d'entrepreneur, son projet et ses résultats. Le point d'entrée des thématiques abordées l'est sous l'angle des micro-fondations, tel que présenté dans le cadre conceptuel (voir Figure 10).

Le but de cette recherche en objet caché est de faire émerger de manière non orientée les actions portant sur l'espace et l'agencement des proximités, d'en apprécier les conséquences sur le travail institutionnel, et ceci dans l'esprit de la « *grounded theory* » (Glaser et Strauss, 2010).

Les données sont considérées comme des signes (Gavard-Perret et al., 2008). Ce positionnement induit la mise en place d'une relation interpersonnelle dont l'entretien individuel et l'approche ethnographique sont les principaux vecteurs de collecte.

La construction d'un guide d'entretien permettra une analyse horizontale (par thème) des données collectées et non par entretien.

Une des clés du succès de l'entretien non directif est l'empathie, définie comme la capacité à se mettre à la place de l'autre « percevoir son cadre de référence ». Cette empathie est plus

facilement atteinte quand le chercheur a préparé à l'avance le terrain en s'intéressant au projet de chaque entrepreneur (contact sur site, étude des informations données sur les réseaux sociaux, analyse longitudinale de l'histoire de chaque food truck, participation en tant que simple client). La période hivernale pendant laquelle ont été réalisés les entretiens in situ a rapproché ainsi le chercheur des conditions de travail des entrepreneurs.

Les entretiens seront enregistrés, archivés et retranscrits intégralement en vue de leur préparation au processus de codage. Pour garantir la confidentialité des entretiens, le chercheur a indexé chaque enregistrement avec un code de date (Année, Mois, Jour). Les entretiens retranscrits n'indiquent que cet index, dont le rapprochement avec la personnalité des interviewés est tenu dans un log book indépendant. A chaque entretien le chercheur a proposé de signer un accord de confidentialité, auquel les répondants ont toujours renoncé.

La collecte sera terminée quand il y aura saturation du terrain défini (la zone géographique a été couverte et les acteurs principaux ont été interrogés).

5.3.1 Echantillonnage

Nous avons procédé à un échantillonnage en deux étapes : en premier lieu sélection d'une zone géographique homogène ; en second lieu définition des individus à interviewer.

La sélection d'une zone géographique (ou d'un espace de référence) a un impact sur le type de comportements qu'on peut y observer (en particulier la dimension culturelle dépend du territoire retenu). Le choix d'une zone de petite taille permettra d'éviter les variations culturelles à l'intérieur de cette unité. Dans notre cas il faut s'assurer que l'unité contient une homogénéité des composantes que l'on étudie.

De ce fait nous sélectionnerons une aire correspondant à un ensemble homogène d'acteurs : à priori nous retenons l'unité territoriale mairie, car elle permet de cadrer avec l'unité administrative qui attribue l'emplacement à l'entrepreneur. Il y a donc une homogénéité entre

tous les acteurs du processus : le niveau institutionnel (les collectivités territoriales imbriquées), l'entrepreneur (qui obtient l'emplacement) et les consommateurs (qui entérinent la nouvelle pratique).

La sélection de la ville s'est faite en fonction d'une appréciation de trois critères. Nous avons effectué un recensement des food trucks en France et avons privilégié une ville qui satisfaisait aux critères suivants :

- seuil de significativité des interactions : le degré d'interactions entre acteurs suit une logique d'effet de seuil, facilitant le basculement du champ quand ce niveau est atteint (Delacour et Leca, 2011). Nous définissons ce premier critère comme étant celui de significativité.
- représentation de l'ensemble des acteurs du champ organisationnel : critère d'exhaustivité.
- accessibilité au terrain : critère de praticité.

La zone retenue est le territoire de la commune de Fontenay aux Roses entre Novembre 2014 et Mars 2015 (voir Annexe 2).

Le choix de cette commune des Hauts de Seine s'explique par la densité particulièrement élevée d'emplacements attribués à des food trucks.

Si l'on compare le nombre de food trucks installés à Fontenay aux Roses (7 en activité +1 en lancement) rapporté à la population de cette agglomération (22 866 habitants en 2012), la densité est de 1 food truck pour 2 858 habitant. Si l'on ne tient compte que des 2 camions recensés sur le site Monitrant.com à toutes fins de comparaison avec les statistiques précédentes, la densité est de 1 camion pour 11 433 habitants, à comparer avec une densité moyenne de 53 / 11 978 363²⁰ ha soit 1 camion pour 226 000 en Ile de France, et de 145 / 65 525 420²¹, soit une densité de 1 camion pour 451 899 habitants.

²⁰ Au 1^{er} Janvier 2013, source INSEE

²¹ Idem supra

Le choix d'effectuer les entretiens dans une unité cohérente a permis un recoupement des informations offrant une appréciation plus complète sur les phénomènes observés. Non seulement nous avons pu mesurer de façon longitudinale le processus enclenché dans cette ville depuis 2006, mais aussi comparer les récits des acteurs et multiplier ainsi les points de vue. Cette triangulation des récits nous a permis d'avoir une lecture plus en profondeur avec un nombre d'entretien contenu (Yin, 2009).

Le second niveau de l'échantillon (sélection des acteurs) sera basé sur des questions d'ordre théorique et non pas la signification statistique, en nous référant à la question de ce qu'est un entrepreneur (Davidsson, 2005). Le choix d'un panel d'entrepreneurs doit être basé sur la propension de l'individu à créer des organisations et non pas sur des attributs ou traits spécifiques. Selon la formulation de Gartner (1998) « *the obvious characteristic of baseball players is that they play baseball* » cité dans (Davidsson, 2005: 71). Ainsi tout individu qui a, est en train ou projette de créer un food truck nous intéresse.

Par ailleurs les food truck sont des micros entreprises : la question de la taille est critique. Quel est le critère pour intégrer une unité dans notre échantillon ? Les critères usuels sont des seuils de chiffre d'affaire, ou la segmentation par l'activité. Le critère d'échantillonnage que nous retenons est un nombre d'employés minimum fixé à deux personnes (entrepreneur inclus). Ce choix a un double avantage : il correspond au modèle d'affaire des food trucks, tout en permettant de différencier la nouvelle pratique des anciens « camions à pizza » mono employé.

Nous devons dans l'échantillonnage éviter un autre biais: est ce que la théorisation n'est pas faussée par le choix de cette industrie en particulier (les variables que nous y aurons trouvés sont-elles opérationnalisables pour d'autres industries ?). Ce biais nous paraît écarté car les food trucks sont une industrie d'achat, de transformation et de vente de matières premières en vue de la vente auprès de clients non professionnels.

5.3.2 Préparation du guide d'entretien

Le guide d'entretien (voir Annexe 3) a été préparé sur la base du cadre conceptuel. Un préambule et des questions de relance ont été intégrés.

Les buts du préambule sont :

- faciliter la transmission à un autre interviewer.
- présenter une communauté de projet entre conduite de thèse et création de food truck afin de créer à chaque entretien une ambiance conviviale d'échanges centrée sur les intérêts et les motivations de l'entrepreneur.

Les questions de relance permettent au chercheur de vérifier que l'ensemble des thèmes et sujet ont été traités même en l'absence d'ordre apparent, sans pour autant conférer de la rigidité à la conduite des entretiens.

5.4 LE TRAITEMENT DES DONNEES PAR CODAGE

Le codage sera ouvert pour faire émerger des thèmes; il s'appuiera sur une analyse relationnelle pour faire émerger des relations entre des concepts; nous privilégierons une approche verticale afin d'intégrer les logiques des acteurs.

Le processus de codage consiste en trois phases : une phase de découpage d'un ensemble de données textuelles (ici des retranscriptions d'entretien) en un nombre d'unités de sens ; la phase de classification, dans laquelle le chercheur opère une distribution des unités de sens dans un nombre restreint de catégories (Blanc et al., 2014). La troisième phase concerne l'interprétation des données sur la base des catégorisations effectuées, dans une visée compréhensive (Allard-Poesi, 2003).

Les options pratiques que le chercheur retiendra dans le processus de codage dépendent de trois facteurs : la question de recherche, le cadre théorique et conceptuel et la méthodologie de codage retenue (on opère une distinction entre un codage de type inductif ou un codage de type théorique).

Question de recherche et codage

La question de recherche oriente la structure des unités de sens, leur taille et leur forme (mots seuls ou extraits de phrase ou de discours). La règle est que les unités de sens doivent rester les plus petites unités possibles permettant une interprétation en l'absence d'informations additionnelles, elle doivent néanmoins et avant tout apporter les réponses adéquates à la problématique de recherche (Allard-Poesi, 2003). Ainsi, le choix entre le découpage en mots ou en verbatim dépendra de la question de recherche.

Par ailleurs, la taille et la structure des unités de sens sont fonctions de la forme des données collectées ainsi que de la structure des catégories à remplir (Guetzkow, 1950).

Dans le cas de notre recherche, les données textuelles exploitables devront répondre à une question portant sur des relations de cause à effet entre des concepts (espace et institution) au sein d'une pratique individuelle et collective : les éléments de discours devront avoir une longueur textuelle suffisante permettant d'identifier un ou plusieurs acteurs, de décrire une action, ses effets ou ses causes, des phases ou des séquences.

Le choix d'entretiens semi-directifs à contenu de la recherche caché ne nous permet pas d'effectuer un comptage quantitatif des occurrences de mots, contrairement à ce qui serait envisageable dans le cadre de questions fermées (les termes espace ou institutions, de même que les dimensions que nous avons établies dans le cadre conceptuel n'apparaissent quasiment jamais dans nos données collectées) : il convient donc de saisir des périphrases ou éléments de discours agissant comme signifiants, c'est à dire qui renvoient à ces concepts. Dans ce contexte, nous privilégierons un codage à deux codeurs, de manière à éviter les attitudes trop interprétatives.

Cadre théorique et codage

Le cadre théorique et le cadre conceptuel vont orienter la sélection des catégories et le classement principalement en procédant à une opération d'exclusion des éléments non-significatifs au regard de l'angle de vision retenu (Allard-Poesi, 2011).

Nous verrons dans les opérations de rapprochement de codage entre codeurs que sur un entretien particulier ces opérations d'exclusion seront différentes selon l'expérience et l'expertise du codeur (voir la partie résultats), le second codeur permettra d'identifier un certain nombre « *d'angles morts* » (Allard-Poesi, 2011: 5), qui avaient échappé au premier codeur.

Méthodologie : inductif ou théorique

Le choix entre le codage inductif pur correspondant à la théorie ancrée (Glaser et Strauss, 2010) et le codage thématique découle en premier lieu de la méthodologie retenue dans la recherche : nous avons inscrit notre recherche dans une démarche qualitative fondée sur un construit théorique *a priori* (Eisenhardt, 1989), ce qui nous fait retenir un codage théorique.

Ainsi, nous avons établi une liste de départ des catégories en nous inspirant de Miles et Huberman: « *Cette liste provient du cadre conceptuel, des questions de recherche, hypothèses, zones problématiques et variables clés que le chercheur introduit dans l'étude* » (Miles et Huberman, 2003: 114). La liste initiale contenait 35 catégories regroupées en 6 métagénérations (voir Annexe 4).

L'intérêt de cette liste est de permettre d'établir un premier niveau de réponse aux questions que se pose le codeur quant à la structure des unités de sens qu'il conviendra de retenir (voir supra).

En second lieu nous avons été attentifs aux écueils de chacune des méthodes : contrainte de temps de traitement (celui-ci est infiniment plus long en codage inductif) et risque de circularité (bien présent dans le codage théorique) (Ayache et Dumez, 2007).

Ainsi, pour éviter le risque de circularité propre au codage théorique, il convient d'exploiter l'hétérogénéité du matériau (Allard-Poesi, 2011), c'est à dire de porter une attention toute particulière à la pluralité des dimensions qui émergent durant le processus, aux interactions entre les catégories et les unités de sens, en cherchant à remettre en cause les codes issus du construit théorique à la lumière des résultats.

Dispositif de codage

Nous avons fait appel au dispositif de codage suivant, de façon à répondre aux choix méthodologiques retenus, aux contraintes liées au processus et afin de circonvenir le risque de circularité.

Un codage a été effectué en double aveugle sur cinq entretiens initiaux, similaires et intégralement retranscrits.

Le second codeur est un professionnel, titulaire de deux DEA en Droit Public et d'un MBA de la *Hong Kong University of Science and Technology*, travaillant dans une collectivité territoriale. Il est à ce titre en mesure d'apprécier le contenu et les attendus d'une recherche et d'apporter un éclairage sur la question institutionnelle sur ce cas des food trucks.

Ces codages ont été effectués en avril 2015.

Les résultats de codage étaient rapprochés à l'issue de chaque entretien, avant d'entamer le codage de l'entretien suivant.

La méthode de classification retenue est multi thématique (Ayache et Dumez, 2007), ce qui nous paraît correspondre à une recherche exploratoire sur les relations entre objets, acteurs et concepts, tandis qu'une méthode binomiale (ou multinomiale) aurait été plus adapté à une

typologie (identification d'attributs) ou à une recherche dans un environnements déjà encadré par des recherches antérieures.

Le Tableau 9 présente les deux options de codage.

Type de codage	Description
Le codage multinomial.	L'idée est ici d'associer une unité de sens à plusieurs codes auxquels elle se rattache en travaillant sur les ressemblances, différences. L'idéal est ici un codage binomial : rattachement à un code de ressemblance et un code de différence. La ressemblance doit être la plus grande (le terme le plus proche) et la différence la plus petite (idem, terme le plus proche). « Ce type de codage, qui met deux termes en tension (ressemblance/différence), évite les pièges du <i>naming</i> et ouvre à une construction théorique qui est elle-même par essence relationnelle. »
Le codage multithématique.	Choix de thèmes généraux et suffisamment nombreux / Chercher l'hétérogénéité des thèmes / Rechercher un recoupement possible entre les thèmes. On classe les unités de sens dans les thèmes (éventuellement dans deux thèmes, avec mention spécifique). Puis à l'intérieur de chaque thème, on effectue une analyse par différence pour créer des sous-thèmes et rechercher des patterns.

Tableau 9 : Codage multinomial et multithématique (Ayache et Dumez, 2007: 36-43)

Nous avons effectué un second codage axial (en relevant les codes patterns et les interactions), afin d'identifier les interactions entre unités et catégories (Miles et Huberman, 2003).

Nous avons procédé à l'émergence de nouvelles catégories dans un processus itératif, après confrontation des résultats de chaque entretien. Bien que la liste de catégories initiales ait servi de guide, la procédure autorisait chaque codeur à produire de nouvelles catégories, et à en justifier la création. L'objectif de ce dispositif est de faciliter l'émergence de « catégories enracinées » (Allard-Poesi, 2003: 281) : « *mêmes définies a priori, les catégories vont évoluer pour s'adapter (...) pour mieux rendre compte du phénomène ; elles comportent de fait toujours un certain degré d'enracinement, d'émergence* ».

Le nombre d'entretiens codés en double est de cinq alors que nous avons prévu d'en coder six au préalable ; nous avons décidé d'arrêter le processus plus tôt car nous étions arrivés à une saturation des catégories ; en effet dans les rapprochements des entretiens correspondant au Site 4 et au Site 5 nous n'avons pas créé de nouvelles catégories significative, nos taux d'accords étant suffisamment élevés nous avons considéré avoir atteint le point de saturation du processus en double aveugle.

L'Annexe 5 présente un exemple du double codage effectué sur l'entretien du Site 2, avant tout rapprochement inter-codeur, permettant de visualiser le travail des codeurs avant tout rapprochement.

Rapprochement inter codeurs

Les statistiques de rapprochement inter codeurs nous renseignent sur la fiabilité des résultats du codage. Dans le cas présent, ils nous donnent des informations intéressantes sur la complémentarité entre codeurs.

Le premier rapprochement concerne les statistiques sur la définition des unités de sens : le découpage est-il homogène entre codeurs ? En effet les divergences de découpage ont plus de significativité pour le codage que les erreurs de détermination du sens des unités de sens (Guetzkow, 1950)

Nous nous sommes ainsi attachés à calculer dans un premier temps « *le taux d'accord sur le nombre d'unités d'analyse identifiées comme codables par les deux codeurs dans une même observation* » (Blanc et al., 2014: 559).

Numéro d'entretien (par code de Site)	Nombre d'unités de sens (Ui)	Nombre moyen d'Ui/page	Nombre d'unités de sens codeur 1 (U1)	Nombre d'unités de sens codeur 2 (U2)	Unités de sens en commun U1=U2	Taux d'accord : % Somme des (U1=U2)/(U1+U2-(U1=U2))
Site 1	87	3,2	65	76	54	62,07%
Site 2	58	3,6	49	54	45	77,59%
ELU	42	2,3	30	40	28	66,67%
Site 4	54	2,7	51	51	48	88,89%
Site 5	57	2,9	51	53	47	82,46%

Tableau 10 : Taux d'accord sur le découpage des unités de sens

Nous pouvons observer que le taux d'accord augmente progressivement pour atteindre des seuils de validité (supérieurs à 80%) (Blanc et al., 2014; Miles et Huberman, 2003).

L'exception est l'entretien ELU. Le répondant est un conseiller municipal qui a participé aux décisions d'attributions de food trucks dans la ville sélectionnée. La typologie du langage spécifique de la sphère politique (champ lexical, références) est distincte de celle des entrepreneurs.

Or les codes de la liste initiale étaient conçus du point de vue de l'entrepreneur. Ainsi, ils ont peu aidé le codeur 1 à exploiter le matériau discursif : il n'a retenu que 30 Ui, soit une moyenne de 1,6 Ui par page, alors que le second codeur en a retenu 40, soit une moyenne de 2,2 Ui par page.

De fait, ce sont l'expérience et l'expertise du second codeur qui ont permis d'identifier la richesse du discours du « politique » et de faire émerger un nombre plus important d'unités de sens porteuses de nouvelles catégories (notamment la dimension FRAMING du discours politique dans la constitution des réflexes cognitifs).

A ce titre, le faible score obtenu dans l'entretien ELU ne doit pas être considéré comme un mauvais score, mais comme l'attention portée par les codeurs à l'hétérogénéité du matériau (Allard-Poesi, 2011), et par l'enrichissement apporté au codage par le degré d'expérience personnelle du chercheur (Laroche, 2011).

Le second rapprochement concerne l'accord sur les catégorisations. « *Il s'agit du taux d'accord quant à la classification des unités identifiées comme codables par les deux codeurs* » (Blanc et al., 2014: 559).

Entretien	Taux de catégorisation commune
Site 1	69,6%
Site 2	77,3%
ELU	38,1%
Site 4	79,2%
Site 5	76,7%
Total	69,0%
Hors ELU	75,8%

Tableau 11 : Taux d'accord sur les catégorisations

Les taux d'accords sur la catégorisation se rapprochent des 80% pour les entretiens des Sites 2, 4 et 5, après un premier rodage sur l'entretien du Site 1.

Rappelons à ce stade que la création de catégories était possible pendant le processus de codage, ce qui conduit à une dilution du pourcentage des accords possibles entre codeurs (les

combinaisons de distribution des U_i dans $k+n$ catégories) par opposition à une catégorisation des U_i dans un environnement à k catégories fermées.

On note que l'entretien de ELU conserve son caractère d'anomalie porteuse de sens: le faible taux d'accord est lié à la création de catégories nouvelles par le second codeur.

Les méthodes de comparaison de fiabilité inter codeurs préconisent l'utilisation du K de Kruskal, prenant en compte la catégorisation due au hasard (Blanc et al., 2014; Allard-Poesi, 2003).

La formule est $K = \frac{\text{Accord réel} - \text{Accord dû au hasard}}{1 - \text{Accord dû au hasard}}$.

Comment estimer le pourcentage d'accord dû au hasard ? Compte tenu que nous sommes sur un processus de codage qui est ouvert à la création de nouvelles catégories, nous considérons que ce taux est assez faible, de l'ordre de 5% ce qui correspond à 2 ou 3 codages dus au hasard sur chacun des entretiens (observation d'une moyenne de 50 codes par entretiens).

Appliqué au taux d'accord sur les entretiens hors ELU, le taux d'accord inter codeurs s'établirait donc à **K=74,5%**, ce qui est un résultat acceptable dans les conditions de notre codage.

Réduction des catégories

La liste de catégories créée à l'issue des différents rapprochements d'entretiens se montait à 90 items.

Nous avons ensuite effectué une réduction des catégories (voir Tableau 12) pour parvenir à une liste de 44 catégories regroupée en 7 méta catégories.

META CATEGORIE	CATEGORIE	DESCRIPTION	Catégorie émergente	Pattern
PROJET	AUTONOMIE	Identification d'un degré élevé d'autonomie	EM	
	CAMION	Personnalisation du Camion	EM	
	QUALITE	Qualité	EM	
	EXP PERS	Expérience personnelle		PATT>5
	FORM	Formations	EM	
	PRO-DE	Design du projet		
	PRO-NA	Nature du projet		PATT>10
	PRO-PE	Personnalisation du projet		PATT>5
RESSOURCES	RES-CF	Ressource : capital financier		PATT>5
	RES-CO	Ressource : capital organisationnel		
	RES-SF	Ressource : savoir faire		
TRAVAIL INSTITUTIONNEL	ADVOCACY	Capacité à énoncer un discours de revendication	EM	
	EI	Code identifiant dans chaque entretien un EI, caractérisé par son degré de légitimité.	EM	PATT>5
	PRA-COA	Pratiques : construction de coalitions		
	PRA-DE	Pratiques : design de la pratique		
	PRA-DI	Pratiques : Discours		
	PRA-OR	Pratiques : Organes de contrôle		
	PRA-THEO	Pratiques : théorisation		
	ENV-STR	Description du champ organisationnel.		PATT>10
	GAME	Modèle d'équilibre analogue à la théorie des jeux	EM	

META CATEGORIE	CATEGORIE	DESCRIPTION	Catégorie émergente	Pattern
LEGITIMITE	FRAMING	Structuration par « <i>framing</i> » ou cadrage cognitif d'un phénomène	EM	PATT>10
	LEG-CO	Légitimité Cognitive (atteinte quand les scripts ou routines sont tenus pour acquis « <i>taken for granted</i> »).		
	LEG-PR	Légitimité Pragmatique		
	LEG-MO-CO	Légitimité Morale Conséquente		
	LEG-MO-PE	Légitimité Morale Personnelle		
	LEG-MO-PR	Légitimité Morale Procédurale		
	LEG-MO-ST	Légitimité Morale Structurelle		
RESEAUX	RESEAU-AMONT	Réseaux professionnels ou institutionnels intervenant en amont du projet – non food truck	EM	PATT>5
	RESEAU-AVAL	Réseaux des food trucks ou association liées	EM	PATT>10
	RESEAU-INF	Infrastructures en Réseau (EDF, Transports...)	EM	

META CATEGORIE	CATEGORIE	DESCRIPTION	Catégorie émergente	Pattern
ESPACE	CHOIX VILLE	Ce code s'applique quand le choix de la ville est mis en avant plus que la localisation précise. Critère à identifier : acceptation / refus des food truck	EM	
	PROXIMITE	Proximité		PATT>5
	VAR-CO	Conception de l'espace		
	VAR-DE	Découpage de l'espace		
	VAR-DI	Dispersion spatiale		PATT>5
	VAR-EC	Gestion des échelles		
	VAR-FR	Franchissement (de frontières, de zones...)		PATT>5
	VAR-LOC	Lieu (emplacement)		PATT>10
	VAR-MO	Mobilité		PATT>5
	VAR-PE	Espace perçu		
	VAR-VE	Espace vécu		
	TEMPS	SEQUENCE	Séquences et phases dans un processus	EM
STATS		Statistiques	EM	
DELAIS		Variable temporelle sous différentes formes	EM	PATT>5

Tableau 12 : Liste des codes après rapprochement et réduction

Codage de second niveau

Une fois le découpage et les catégorisations effectuées, le chercheur approfondit l'épaisseur de son analyse en procédant à un codage de second niveau. De l'étude des fréquences et l'identification de pattern (schémas ou figures), des relations entre unités il ressortira un ensemble d'analyses en profondeur des liens entre catégories et unités de sens afin d'affiner ses conclusions exploratoires.

Traitement des données

L'ensemble des annotations de marges (codes et descriptions manuelles) ont été reportés dans une matrice multicritères reprenant les sites, les pages exactes des entretiens, le code, une description complémentaire du code, l'annotation présentant la problématique ou la description, un verbatim quand il était souligné et les relations mises à jour entre codes ainsi que leur nature (pattern, explicative ou interaction).

En effectuant des tris par ordre de codes et de références, nous avons pu successivement relever :

- la série des catégories émergentes (Allard-Poesi, 2003)
- le codage des Patterns (Miles & Huberman, 2003). Le Tableau 12 présente les catégories émergentes et pattern. Ici les « pattern » sont attribués aux catégories dont les unités de sens apparaissent dans le corpus avec une fréquence supérieure à un seuil: nous avons ainsi distingué les pattern à fréquence >5 et les pattern à fréquence >10.
- le codage des relations entre unités et catégories, selon les types d'inférence. Deux types d'inférences ont été mobilisés:
 - les inférences EXPL et INT pour analyser les inférences entre catégories selon la méthode proposée par Miles et Huberman (Miles et Huberman, 2003). Les résultats de ce codage axial complémentaire sont présentés dans le paragraphe 5.5.2.
 - Les inférences selon la typologie de Lincoln et Guba (Lincoln et Guba, 1985) résumée dans Allard-Poesi (Allard-Poesi, 2003), afin d'obtenir une meilleure définition des catégories retenues.

Type d'inférence	Relation entre unité de sens (x) et catégorie (y)	Exemple
Inclusion	X est un type de Y.	L'identification d'un lieu est un type de la catégorie VAR-LOC.
Cause à effet	X est un résultat de Y.	La fréquence de service et le nombre de repas sont un résultat de la mobilité (VAR-MOB).
Raison ou motivation	X est une raison pour faire Y.	L'absence de capital financier est une raison pour lancer le Projet (PRO-NA).
De fonction	X est une fonction de Y.	La légitimité est fonction du temps.
De moyen/ fin	X est un moyen de faire Y.	L'aménagement concret des emplacements est un moyen de créer de l'espace perçu (VAR-PE).
De séquence	X est une séquence de Y.	La séquence introduit une partition des X entre avant projet et modèle d'interactions.
D'attribut	X est un attribut de Y.	Les attributs du champ organisationnel (ENV-STR) sont : la superposition des couches institutionnelles, la partition entre gros et petits acteurs...

Tableau 13 : Inférences unités / catégories d'après (Lincoln et Guba, 1985)

5.5 LA PRESENTATION DES DONNEES EN VUE DE LEUR ANALYSE

5.5.1 Construction d'une matrice par variables

Notre premier objectif dans la démarche exploratoire est de comprendre chacune des variables clés, leur contenu et d'apprécier leur richesse dans une démarche descriptive. Dans un premier temps, nous avons choisi d'effectuer une présentation de l'ensemble des données collectées sous forme d'une matrice par variable plutôt que par sites (Miles et Huberman, 2003). La matrice est présentée en Annexe 6. La première colonne présente les méta catégories. La seconde colonne présente les catégories. Pour chaque catégorie, une ou

plusieurs descriptions sont fournies (colonne 3). Les nombres entre parenthèse indiquent le nombre de sites (1 site = 1 food truck ou 1 acteur de collectivité) qui adhèrent à cette description. La quatrième colonne illustre la description par un verbatim (avec référence de l'entretien).

5.5.2 L'analyse des codes « pattern »

Le second objectif est d'ébaucher les relations qui s'établissent entre les codes PATTERN à l'aide des descriptions de la matrice par variable, afin de préparer un cadre compréhensif.

Deux codes vont être utilisés: le code EXPL pour indiquer qu'un pattern A explique un pattern B ; le code INT pour indiquer qu'un pattern A interagit avec un pattern B. L'utilisation des codes PATTERN, EXPL et INT a été effectuée pendant le codage selon les recommandations de l'analyse qualitative (Miles et Huberman, 2003).

Le tableau présenté en Tableau 15 liste les 15 patterns identifiés, un résumé descriptif et un code de relation (EXPL ou INT) avec la référence du ou des autres patterns auquel il s'associe.

5.5.3 Matrice ordonnée par sites

La matrice ordonnée par site est une démarche descriptive et exploratoire. La construction d'une matrice ordonnée par sites est un processus itératif, constitué d'essais successifs (Miles et Huberman, 2003). Le travail réalisé lors de l'analyse des patterns est une étape préalable permettant d'identifier la ou les variable(s) principale(s) qui serviront de classement des sites dans la matrice ordonnée. La matrice ordonnée par sites est présentée en Tableau 16.

CHAPITRE 6. L'ETUDE DE CAS SLOW FOOD

- 6.1 Présentation du terrain : validation du caractère institutionnel du cas
- 6.2 La démarche de traitement des données quantitatives
- 6.3 Les traitements quantitatifs

6.1 PRESENTATION DU TERRAIN : VALIDATION DU CARACTERE INSTITUTIONNEL DU CAS

Slow Food est un réseau fondé en 1987 par Carlo Petrini, et représente aujourd'hui environ 100 000 membres répartis dans 130 pays. Son ambition affichée est de changer les règles et pratiques institutionnelles dans le secteur agro-alimentaire (comportements des consommateurs, valorisation des modes de production « *slow* », modification de la chaîne de valeur). L'histoire de ce réseau offre suffisamment de recul pour une analyse longitudinale, sa taille critique autorise une analyse des relations inter-acteurs et sa dimension fortement spatialisée favorise les comparaisons territoriales.

L'épaisseur temporelle permet de saisir les modifications – ou non – des comportements et de dresser un premier bilan du travail institutionnel.

Le champ organisationnel dans lequel est né ce mouvement (années 1980, Italie) est caractérisé par une sous institutionnalisation des pratiques de défense du consommateur par rapport aux pratiques institutionnelles des pays européens voisins. Le journal *Gambero Rosso*²² compare les effectifs des associations de défense de consommateur et pointent l'absence d'un mouvement institutionnel.

Nous avons vu précédemment que le faible degré d'institutionnalisation est favorable à l'émergence d'un entrepreneur institutionnel.

En parallèle, de nombreux scandales alimentaires viennent fragiliser la perception des italiens sur le secteur gastronomique. D'un point de vue de l'analyse de champ, nous retrouvons à l'instar de l'analyse sur le champ fin de siècle, un décalage entre dotation en capital culturel et capital économique (Bourdieu, 1994).

Les caractéristiques du champ initial sont donc des indicateurs d'émergence d'un entrepreneur institutionnel. Ce qui est confirmé par Carlo Petrini, le fondateur du Slow Food et notre entrepreneur institutionnel, qui problématise (*framing*) la crise du champ en

²² Voir données sources

réclamant le « droit au goût pour la gauche ». Il s'inscrit dans une démarche collective soutenue par un mouvement d'intellectuels (Umberto Eco, Dario Fo...).

Bien entendu les résultats du mouvement slow food après 25 ans d'existence confirment la portée institutionnelle de l'action engagée par Carlo Petrini. L'analyse thématique (par codage) de l'histoire du mouvement permet de retrouver l'ensemble des actions type du travail institutionnel (voir Annexe 7).

6.2 LA DEMARCHE DE TRAITEMENT DES DONNEES QUANTITATIVES

Les données quantitatives correspondant à notre question de recherche n'existant pas sous la forme d'une base de donnée constituée, il nous a donc fallu mettre en forme un ensemble de données provenant de sources multiples pour mener à bien notre projet d'analyse exploratoire quantitative.

6.2.1 Collecte des données, sources et documents

Les données utilisées pour l'analyse longitudinale et thématique sont des données secondaires disponibles du mouvement Slow Food, notamment la biographie interview de Carlo Petrini (*Slow Food Revolution*, co écrit avec Gigi Padovani, Ed. Rizzoli 2004), les numéros de la revue mensuelle *La Gola*²³ de Janvier à Décembre 1987, les numéros de la revue mensuelle *Gambero Rosso*²⁴ de 1986 à 1991 (numéros 26 à 48, comprenant la période du manifeste du Slow Food), ainsi que des articles de la presse généraliste sur le mouvement Slow Food.

L'usage de données biographiques permet d'analyser en profondeur les composantes du travail institutionnel autour d'un entrepreneur institutionnel (Kisfalvi et Maguire, 2010).

Les articles de presse sont un matériau adapté à l'analyse des stratégies de légitimation et d'institutionnalisation : « *One could, for example, extract legitimacy-management histories*

²³ Magazine fondé à Milan en 1982, regroupant des intellectuels autour des questions gastronomiques et culturelles.

²⁴ Supplément gastronomique du journal *Il Manifesto*.

from press accounts or from key-informant interviews and then subject these histories to qualitative narrative interpretation (Polkinghorne, 1988) or to quantitative sequence analysis (Abbott, 1990) » (Suchman, 1995: 603).

Les données statistiques propres au réseau sont issues des sites institutionnels du Slow Food nationaux ou internationaux. Cependant, ces données étant de nature qualitative à la base nécessiteront un travail de mise en forme pour être transformées en variables quantitatives (traduction depuis les différentes langues, triangulation, codage et structuration sous forme de base de données).

Enfin, les données statistiques correspondant aux indicateurs des variable externes (champs, distance...etc.) seront issues des bases de données nationales disponibles (IStat, Eurostat, Statistiques Suisses).

La Figure 14 présente les étapes de la démarche méthodologique suivie sur le cas Slow Food.

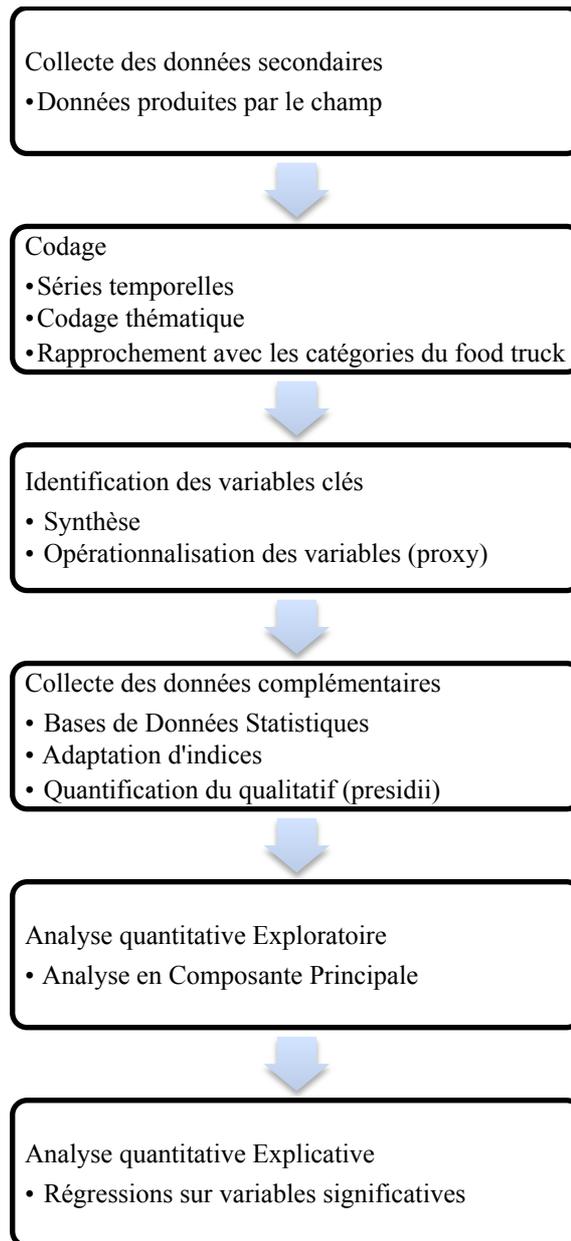


Figure 14 : Processus méthodologique du Cas Slow Food

6.2.2 Codage

Nous avons effectué un codage synthétique des éléments textuels recueillis sur le Slow Food, présenté en Annexe 7.

Ce codage nous a permis d'identifier 4 méta catégories :

La méta catégorie **Projet** qui regroupe Framing et Pro NA et recense les différents rôles (ou positions) investis par Carlo Petrini, ainsi que ses principales séquences de problématisation.

Cette méta catégorie est de nature chronologique et décrit les phases du mouvement Slow Food.

La méta catégorie **Réseau** qui recense les différentes formes de réseau autour du Slow Food.

Nous en avons recensé 3 :

- les réseaux amont, qui pré existaient à la création du mouvement ;
- le réseau aval dit réseau « social » regroupant les membres du Slow Food,
- le réseau aval dit réseau « vertical » (ou réseau sentinelle) qui associe producteurs, membres du Slow Food et acteurs institutionnels dans un regroupement à ambition de reconfiguration de la « chaîne globale de valeur » (Bair, 2010).

La méta catégorie **Environnement**, dans laquelle nous regroupons les questions relatives au champ organisationnel, son degré de maturité et le cadre institutionnel.

La méta catégorie **Distance** (regroupant les variables VAR FR de franchissement et VAR LOC de localisation). En effet, le concept de distance recouvre les deux notions de localisation (un point de départ) et de franchissement, en portant une mesure sur la distance qui sépare ces deux points.

6.2.3 Identification des variables

La démarche exploratoire consistera à effectuer un traitement quantitatif afin de proposer une éventuelle hiérarchie entre ces différentes catégories, permettant d'en esquisser la portée explicative, et de vérifier dans un second temps si certaines de ces variables sont corrélées afin d'approcher la nature de cette corrélation : relation contingente ou causalité ?

Notre étude quantitative se concentre sur l'analyse des relations entre variables à un instant t (en l'occurrence les données de l'année 2012) afin de mesurer des relations causales. Nous ne nous intéressons donc pas dans le cadre de cette recherche à l'évolution temporelle de ces relations et de fait n'allons pas traiter la catégorie projet (qui est de nature chronologique).

Dans un premier temps nous allons sélectionner les variables (ou proxy) qui représentent les méta catégories identifiées. Pour identifier ces variables, nous nous sommes appuyés sur des recherches académiques de référence portant sur des sujets ou des concepts similaires. Certaines des études récentes que nous avons mobilisées utilisent conjointement une grille de lecture holiste des institutions (par les champs) et une grille d'analyse par les interactions (les réseaux). Les résultats issus de ce rapprochement donnent un éclairage enrichissant et complémentaire sur notre recherche (Sapiro, 2006) et s'inscrivent dans une démarche de réconciliation théorique entre les domaines concurrents du néo-institutionnalisme (Owen-Smith et Powell, 2008). En effet, selon ces auteurs qui plaident pour ce rapprochement, les réseaux dépassent le seul canal de diffusion et d'adoption des nouvelles pratiques dans le travail institutionnel, ils sont aussi un élément structurant du champ (vertical et horizontal).

Concernant la catégorie réseaux, nous nous sommes inspirés des travaux de l'analyse structurale des réseaux (Lazega, 1998; Degenne, 2004; Chauvet et Chollet, 2010). En particulier le concept de densité effective d'un réseau par rapport à l'ensemble de relations possibles nous a paru caractériser de façon pertinente le degré de légitimité de ce réseau au sein d'une population donnée : « *density as a valid indicator of legitimacy, that enjoys predictive validity for a remarkably wide array of organizational populations* » (Deephouse et Suchman, 2008: 55).

Concernant la catégorie distance, nous nous sommes inspirés des travaux sur la distance géographique et culturelle au sein des organisations (Angué et Mayrhofer, 2010; Ghemawat, 2001).

Concernant la catégorie environnement, nous avons trouvé de nombreux indicateurs dans les travaux statistiques mesurant l'influence du degré d'institutionnalisation sur de nombreuses variables dépendantes (Holmes et al., 2013; Batjargal et al., 2012).

Enfin, un modèle nous a permis d'identifier l'importance du territoire dans la mesure des processus de diffusion d'un changement institutionnel (Schneiberg et Soule, 2005). Dans le modèle statistique appliqué à l'étude de la diffusion et de l'institutionnalisation d'une loi portant sur la régulation des taux dans les polices d'assurance incendie aux Etats Unis au début du 20^{ème} siècle, l'unité territoriale représentant l'état fédéré est l'unité d'analyse. Ce découpage permet d'identifier des explications de basculement vers l'institutionnalisation de la nouvelle loi par un effet intra état dans lequel la densité des partis politiques *Grange* et *Alliance* est significative, par un effet inter état (les relations de concurrence entre états) et par un effet supra état (le rôle de l'Etat fédéral). Ce modèle nous a incité à choisir l'unité territoriale comme unité de découpage de nos données statistiques.

Ce choix est confirmé par deux propriétés des territoires :

- la propriété topographique (zonage, adjacence...) est particulièrement adaptée à la mesure des distances géographiques et culturelles (Lévy et Lussault, 2013).
- l'homogénéité institutionnelle au sein d'un territoire. En effet un territoire se définit comme un espace doté d'une fonction de régulation politique consécutivement à un processus d'appropriation et de contrôle (Sack, 1986).

Les territoires retenus dans notre étude sont les régions en Italie et les pays dans le reste de l'Europe. Le périmètre de l'étude porte sur l'Europe politique (incluant la Suisse).

Le résultat de sélection des variables est présenté en Tableau 14. Compte tenu du faible nombre de méta catégories, nous avons sélectionné plusieurs variables représentatives pour certaines de ces catégories afin de trianguler les données et vérifier la pertinence de notre construit.

6.2.4 Définition des proxy

Variable observée	Nom du Proxy dans la dataset	Descriptif	Méthode de calcul	Source
Dimension politique des institutions « <i>political institutions</i> » (d'après (Holmes et al., 2013)).	polconiii	Mesure du degré d'ouverture institutionnelle au changement : « <i>The measure of political constraints employed in this paper estimates the feasibility of policy change (the extent to which a change in the preferences of any one actor may lead to a change in government policy)</i> »	Indicateur de 0 à 1 (plus la valeur est élevée plus la probabilité de changement institutionnel est élevée).	(Henisz, 2002).
Dimension politique des institutions « <i>political institutions</i> » (d'après (Holmes et al., 2013)).	FH	Freedom Rating : cet indicateur est redondant avec polconiii cependant nous verrons que son coefficient est supérieur car plus discriminant (en effet l'ensemble des pays de la zone euro ont un indice de 1 et seuls certains pays s'en distinguent).	Indice de 1 à 7 (plus le montant est faible, plus les libertés politiques sont garanties). Trois status sont définis : libre (score de 1 à 2,5 ; partiellement libre de 2,51 à 5,5 ; non libre de 5,51 à 7).	Freedom's House annual survey of political rights and civil liberties. Disponible sur https://freedomhouse.org/

Variable observée	Nom du Proxy dans la dataset	Descriptif	Méthode de calcul	Source
<p>Dimension réglementaire des institutions « regulatory institutions » (d'après (Holmes et al., 2013)) et cité chez (Angué et Mayrhofer, 2010).</p>	<p>Prop.right</p>	<p>L'indicateur est tiré de l'Index of Economic Freedom (EFW ; Gwartney, Lawson & Block, 1996, Fraser Institute). Nous avons choisi l'ensemble des indicateurs mesurant les règles juridiques qui traduisent un degré de protection des droits de propriété et contractuels.</p>	<p>Plus l'index est élevé, plus les règles institutionnelles protègent les droits de propriété et contractuels.</p>	<p>« <i>Individuals have economic freedom when property they acquire without the use of force, fraud, or theft is protected from physical invasions by others and they are free to use, exchange, or give their property as long as their actions do not violate the identical rights of others. An index of economic freedom should measure the extent to which rightly acquired property is protected and individuals are engaged in voluntary transactions</i> ». James Gwartney and Robert Lawson et al. Economic Freedom of the World : 1996 Annual Report Disponible sur http://www.freetheworld.com/ Voir aussi : (Gwartney et Lawson, 2003).</p>

Variable observée	Nom du Proxy dans la dataset	Descriptif	Méthode de calcul	Source
Dimension économique des institutions « economic institution » (d'après (Holmes et al., 2013))	pibidinv	Le PIB est un indicateur du degré d'institutionnalisation économique. Il est ramené au PIB par habitant de manière à comparer les unités territoriales sur une base homogène.	PIB par habitant (en Euro).	Eurostat et Istat pour les données régionales italiennes. Année de référence 2012.
VAR-FR	attributloc	Echelle construite en vue d'intégrer la dimension géographique et culturelle de l'action de franchissement. Le centre de départ est la ville de Brà dans le piémont italien. Le principe d'une diffusion de la légitimité par action de franchissement s'inspire du modèle de diffusion de Schneiberg et Soule état par état (Schneiberg et Soule, 2005).	Echelle basée sur le comptage de frontières à traverser : frontière intra Italie affectées d'un poids=1, frontière internationale affectée d'un poids=10. Le score de chaque unité territoriale est obtenu en additionnant les nombres de frontières traversées, valeur pondérée par leur poids respectif (intra ou frontière internationale).	(Angué et Mayrhofer, 2010; Ghemawat, 2001; Torre et Rallet, 2005)
RESEAUX-AVAL : réseau social	densitemembre	Rapport du nombre de liens effectifs L dans une population sur le nombre de liens possibles $n(n+1)$ de cette même population (Lazega, 1998).	La densité du Slow Food est obtenu en rapportant le nombre de nœuds du réseau Slow Food sur la population totale à l'intérieur d'une unité territoriale (exprimé en nœuds / millions d'habitants).	Comptage des nœuds du réseau (nombre de convivium) collectés sur Slowfood.com Population de référence 2012 (source : eurostat).

Variable observée	Nom du Proxy dans la dataset	Descriptif	Méthode de calcul	Source
RESEAUX-AVAL : réseau vertical	nbrpresidi	La mesure de la densité des réseaux aval s'appuie sur le dénombrement des produits sentinelle par pays (presidi). En effet, un presidi se caractérise par une association entre de nombreux acteurs extérieurs au Slow Food. Il matérialise la participation active des acteurs institutionnels et économiques au développement de la pratique Slow Food.	La densité des réseaux aval est obtenu en rapportant le nombre de presidii sur la population totale à l'intérieur d'une unité territoriale (exprimé en presidi / millions d'habitants).	Codage du document des presidi 2012 collecté sur Slowfood.com. Population de référence 2012 (source : eurostat).
Caractéristique du champ organisationnel (taux mesurant la densité de réseaux amont: variable RESEAUX AMONT)	consodef	La densité des réseaux amont est mesurée par le poids des associations de consommateur dans la population. Le choix de cet indicateur est consécutif au codage d'un article du magazine Gambero Rosso mettant en évidence une relation de causalité entre les réseaux amonts constitués par les associations de consommateur et le manifeste du Slow Food.	Nombre d'employés des associations membres du BEUC par pays ramené sur la population totale du pays. (en nombre d'employés par million d'habitants).	Données quantitatives recueillies sur le site institutionnel BEUC (Bureau Européen des Unions de Consommateurs). http://www.beuc.eu/

Variable observée	Nom du Proxy dans la dataset	Descriptif	Méthode de calcul	Source
Caractéristique du champ organisationnel (degré de maturité du champ). Variable ENV-EXT.	emploiagri	Le degré de maturité du champ est mesuré par la part de l'emploi agricole dans l'ensemble des emplois. Ce proxy présente deux lectures possibles : un taux élevé d'emploi agricole est caractéristique d'un degré d'institutionnalisation économique faible (marquant une transition faible vers les activités secondaires et tertiaires). Cependant l'importance économique du secteur agricole en % de l'emploi total peut être en revanche un facteur expliquant de façon positive la légitimité des pratiques Slow Food centrées sur la promotion des productions et des savoirs faire agricoles locaux.	En % de l'emploi total.	Eurostat, Istat et Statistiques fédérales (Suisse). Année de référence 2012.

Tableau 14 : Définition des proxy de l'étude quantitative

6.3 LES TRAITEMENTS QUANTITATIFS

6.3.1 L'analyse exploratoire : l'Analyse en Composantes Principales

L'Analyse en Composantes Principales est une méthode de classification fondée sur une analyse factorielle de données. L'ACP procède d'une part à l'analyse des ressemblances entre individus qui composent une population et en propose ainsi une typologie ; d'autre part, cette méthode permet d'identifier les liaisons entre les variables qui caractérisent ces individus, débouchant ainsi sur une typologie des variables. Le rapprochement entre variables et individus permet *in fine* de caractériser l'individu par une variable ou un ensemble de variables. (Escofier et Pagès, 1998).

En gestion, l'ACP est particulièrement adaptée à une étude exploratoire, notamment quand il est question de tester de manière quantitative une structure de relations issues d'un construit à priori (Donada et Mbengue, 2014).

L'ACP est essentiellement à visée descriptive : « avoir une idée de la structure de l'ensemble des variables » ... « et des similitudes éventuelles de comportement des individus » (Lebart et al., 2000: 33).

Nous reprendrons les contraintes méthodologiques évoquées pour la structuration des données :

- identification des objets à étudier (quels sont les individus ?) : il s'agit des unités territoriales.
- nous nous situons dans une analyse de type R :
- il convient de préciser la frontière des données : nous avons limité à l'espace politique européen.
- il convient de respecter la contrainte de suffisance et de non-redondance.

- le nombre d'observations doit être environ >30 ou $>30 +$ le nombre de variables : le nombre d'observation est 48, soit une valeur supérieure à $30 + 9$ variables.

La question des valeurs manquantes (présente sur plusieurs proxy où nous ne disposons que des données par pays, sans les régions d'Italie), nous amènera à sélectionner les proxys qui offrent la meilleure granulométrie par rapport aux objets retenus (les territoires).

Le traitement des points extrêmes sera vu dans la partie résidus.

Concernant la standardisation des données, nous utiliserons une méthode centrée.

Enfin, la validation de la pertinence du nombre de facteurs identifiés dépend du seuil d'explication de la variance observée : les facteurs sélectionnés sont considérés suffisants si l'on atteint un seuil maximal d'explication de la variance. Au delà de 60% d'explication de la variance totale, les facteurs retenus sont considérés comme significatifs (Donada et Mbengue, 2014).

6.3.2 Le travail abductif : l'analyse des classes et des variables

Les analyses exploratoires de données sont de nature abductive : « *c'est tout à fait dans cet esprit que prend place dans les démarches quantitatives l'analyse exploratoire des données (AED) qui, au contraire des techniques confirmatoires, est guidée par les données et non par les hypothèses (Tuckey, 1977; Yu, 1994). Les techniques statistiques développées en AED s'inscrivent donc dans cette logique d'observation et de découverte sans viser (ou pas uniquement) à administrer la preuve (Tuckey, 1977)* » (Angué, 2009: 78).

Ainsi, dans une ACP, l'interprétation des résultats procède d'un raisonnement abductif, puisqu'il conviendra d'interpréter les observations (la dispersion des individus sur le graphe à 2 dimensions) en les rattachant à des catégories (des cas issus de règles ou théories).

6.3.3 L'utilisation des régressions linéaires pour affiner l'exploration

Une fois que les facteurs significatifs ou variables sont identifiés par l'ACP, nous allons mesurer la nature de la relation statistique entre ces variables. La méthode retenue sera une analyse de régression linéaire multiple par la méthode des moindres carrés.

L'objectif recherché est d'identifier les coefficients de régressions les plus significatifs entre les variables explicatives et les variables expliquées. Ce travail permet ainsi de hiérarchiser les phénomènes observés et d'en apprécier la matérialité.

Cette approche qui utilise les modèles de l'analyse explicative permettra de confirmer le type et la force de nos résultats exploratoires (Lebart et al., 2000) : le but n'est pas de créer un modèle économétrique, mais bien d'affiner les paramètres de notre démarche exploratoire.

CHAPITRE 7. RESULTATS ET DISCUSSION

7.1 La proximité géographique est une ressource et un facteur de légitimité personnelle

7.2 La ressource espace s'inscrit dans un contexte hors marché

7.3 Les agencements de régimes de proximité ont un rôle sur le travail institutionnel

Le projet de notre recherche concerne l'étude du rôle de l'espace sur les institutions. Nous avons ainsi précisé à l'aide du cadre conceptuel notre question principale : **une action sur l'espace favorise-t-elle le travail institutionnel ? L'action sur l'espace comprendra l'ensemble des ressources, compétences, attributs et intentions d'un acteur (dans une perspective de démarche stratégique) ; le travail institutionnel inclura l'ensemble des actions (telles que définies par le courant de la théorie néo-institutionnelle) relatives à la création, maintenance ou destruction des institutions.**

Afin de répondre à cette question, nous avons effectué deux études de cas exploratoires hybrides, portant sur deux terrains distincts. Nous avons retenu une méthodologie mixte, empruntant à des méthodes exploratoires qualitatives et quantitatives, en vue de faire émerger un ensemble de propositions théoriques explicatives d'un modèle de théorie enracinée.

Nous avons dégagé trois propositions présentées dans les paragraphes suivants, par ordre thématique.

- **La proximité géographique est une ressource et un facteur de légitimité personnelle.**
- **La ressource espace s'inscrit dans un contexte hors marché.**
- **Les agencements de régimes de proximité ont un rôle sur le travail institutionnel.**

7.1 LA PROXIMITE GEOGRAPHIQUE EST UNE RESSOURCE ET UN FACTEUR DE LEGITIMITE PERSONNELLE

Ce premier ensemble de résultats concerne le rôle primordial de l'espace dans l'obtention d'un niveau de légitimité (selon la typologie de Suchman voir Figure 4), rôle mis en évidence par le codage des matériaux textuels (entretiens avec les food trucks et données secondaires des deux terrains).

7.1.1 L'espace comme ressource permettant l'accès à la légitimation personnelle

La qualification de l'espace en tant que ressource a été un thème émergent dans le processus de codage qui s'est affirmé avec force dans le discours des entrepreneurs du terrain food truck.

Dans le cadre d'une définition strictement économique, une ressource génère des revenus différenciés selon les critères d'appréciation de la ressource.

Le degré de disponibilité des interactions (ce que nous pouvons qualifier de proximité géographique) valorise la ressource espace, ainsi que nous l'observons sur nos deux terrains.

En effet, les tarifs de location des espaces publics pour les food trucks suivent une fonction croissante avec le potentiel de proximité géographique qu'offre l'emplacement :

« En matière de food trucks, chaque ville a sa propre politique, et le prix de location d'un emplacement, la « redevance pour occupation de l'espace public », varie de façon étonnante. A Issy-les-Moulineaux, prisée en raison de sa proximité avec Paris et du grand nombre d'immeubles de bureaux, la limite est claire : 4,65 € le mètre carré par jour à Issy, 16 € par an à Vanves. »²⁵

Considérer l'emplacement ou la proximité géographique comme une ressource correspond au modèle des ressources de la firme de la *Resource-based view* (Barney, 1991). Ces ressources sont de nature hétérogènes et immobiles, ce qui leur confère un potentiel avantage concurrentiel. C'est sans doute les qualités de fixité dans un repère matériel (paysage, géographie, contraintes d'emplacement...) qui font de la proximité géographique un puissant vecteur de différenciation concurrentielle. Nous rejoignons ici les thèmes de la littérature en économie géographique (en particulier les typologies de cluster (Porter, 2000)).

²⁵ <http://www.leparisien.fr/espace-premium/hauts-de-seine-92/4-65-eur-le-metre-carre-par-jour-a-issy-16-eur-par-an-a-vanves-22-10-2013-3247477.php>

La ressource ainsi définie génère une valeur pour l'entreprise qui la capte, valeur dépendant du potentiel d'interactions dans l'aire de la ressource (ou nombre potentiel d'interactions dans un territoire où elles peuvent s'exercer).

Cette valeur est attachée au point géographique (l'emplacement pour le food truck), ou lieu, et remplit les conditions de la *Resource-based view*: Valeur, Rareté, Inimitabilité, et Non-substituabilité. Les critères de rareté et d'inimitabilité sont particulièrement pertinents quand la ressource est un lieu car il s'agit d'une configuration unique dans laquelle la « distance n'est pas pertinente » permettant ainsi à plusieurs réalités de coexister au même endroit (Lévy et Lussault, 2013). De la même façon, nous pouvons analyser l'importance du lieu dans le rapprochement de réalités sociales distinctes dans le cas du Slow Food. Dans les phases initiales du projet, son fondateur, Carlo Petrini, n'avait pas acquis une légitimité personnelle suffisante pour déborder des cadres d'actions traditionnels de la gauche contestataire italienne. Ce déficit de légitimité se révèle être un frein à l'accès aux ressources préalables à une action politique d'envergure (Leca et al., 2008; Deephouse et Suchman, 2008). Afin d'accéder à un statut d'acteur social (Fligstein, 1997), Carlo Petrini va investir à la fois symboliquement et physiquement un lieu permettant de regrouper des réalités sociales séparées, à travers l'instauration des festivals des « *canté i'euv* ». La région des *Langhe* est marquée par une disparité sociale entre les propriétaires terriens et les groupes populaires, se traduisant par une séparation géographique distincte entre les deux mondes. Carlo Petrini a réactivé une ancienne tradition folklorique de la période de Pâques, (les « *canté i'euv* ») au cours de laquelle les groupes sociaux populaires s'invitent dans les propriétés viticoles et, par des chants nocturnes, créent un lien avec les propriétaires terriens. La légitimité de la pratique culturelle commune au deux groupes sociaux a permis à Carlo Petrini de s'intégrer physiquement comme socialement dans le réseau des producteurs de vin et d'activer deux

conditions de l'exercice du pouvoir : le contrôle sur l'accès aux ressources et la centralité dans le réseau (Huault et Leca, 2009).

Grâce à son action de franchissement et d'établissement d'une proximité géographique, Carlo Petrini s'est assuré une légitimité personnelle et morale qui lui faisait initialement défaut.

L'exemple cité du cas Slow Food confirme la portée de la proximité géographique comme ressource et nous permet d'envisager que ce statut dépasse la fonction économique d'une ressource générant des revenus pour celui d'une ressource produisant des externalités permettant l'action politique.

La construction d'une matrice de codage axial des données primaires issues du terrain des food trucks va nous permettre de confirmer cette proposition sur le terrain Slow Food.

Analyse exploratoire : codage axial

Index	Code	Description	Type de relation
1	ENV-STR	Le champ organisationnel est caractérisé par un enchâssement de multiples niveaux institutionnel et un fort degré de concurrence.	INT avec FRAMING PRO-NA
2	FRAMING	Le « <i>framing</i> » cognitif assigne des rôles à chaque acteur et provoque des oppositions. L'acteur considère l'espace comme une denrée limitée. Le <i>framing</i> est basé sur des hypothèses théoriques et non validées.	INT avec PRO-NA
3	PRO-NA	La nature du projet s'élabore en fonction des contraintes intériorisées (du champ, des ressources financières, de l'expérience personnelle, de l'exemple de l'entrepreneur institutionnel, des réseaux amont).	Est EXPL par EI, EXP-PER, RES-CF. INT avec FRAMING et ENV-STR
4	RES-CF	L'apport de ressources financières limitées détermine la nature du projet	EXPL PRO-NA
5	EI	L'EI a un rôle déterminant dans la nature du projet, fonction du framing qu'il a effectué.	EXPL PRO-NA
6	EXP-PER	L'expérience personnelle a un rôle sur la nature du projet	EXPL PRO-NA
7	RESEAUX AMONTS	Les réseaux amont (professionnels, institutionnels ou divers) ont une influence forte sur l'orientation et la nature du projet.	INT avec PRO-NA et VAR-LOC
8	PRO-PE	Les projets sont caractérisés par un degré de personnalisation très élevé (par opposition à des modèles génériques).	
9	PROXIMITE	La proximité favorise la légitimité.	EXPL LEG
10	RESEAUX AVAL	Les réseaux aval (les associations de food trucks) n'interviennent ni dans les phases de constitution du projet, ni dans l'attribution des emplacements, ni dans la constitution d'un réseau.	INT avec EI ABS INT avec autres codes
11	TEMPS	Le temps est une variable importante dans le processus de légitimation.	EXPL LEG
12	VAR-FR	La compétence de franchissement permet d'accroître le potentiel de choix des lieux et emplacements.	EXPL VAR-LOC
13	VAR-LOC	Le lieu ou l'emplacement (capacité à identifier un lieu et à en obtenir l'usage) est le point de départ de concrétisation du projet, d'enclenchement du processus de légitimation.	EXPL LEG
14	VAR-MO	La mobilité a une influence négative sur le processus de légitimation.	EXPL NEGATIF LEG
15	VAR-DI	La dispersion spatiale a une influence négative sur le processus de légitimation.	EXPL NEGATIF LEG

Tableau 15 : Codage thématique et codage axial

L'analyse des items indexés mis en caractère gras dans le Tableau 15 nous permet d'appréhender les caractéristiques de la ressource espace ainsi que les bénéfices produits.

La perception par les acteurs d'un espace comme limité souscrit aux hypothèses d'hétérogénéité et de fixité d'une ressource (Item indexé 2) (Barney, 1991).

Le choix d'une ressource spatiale (emplacement, lieu) est le point de départ constitutif du projet. Ce choix est basé sur l'attribution à la « ressource espace » d'un avantage compétitif durable. Il est fortement dépendant de la capacité à identifier la ressource (Makadok, 2001). (Item indexé 13).

Le choix de la ressource espace s'est fait en remplacement de ressource financière. **L'espace est dans l'ensemble des projets décrits une ressource de substitution à un projet original, abandonné faute de ressources financières suffisantes** (Item indexé 4).

La forte personnalisation des projets laisse supposer l'importance des micro-fondations dans l'exploitation de la ressource et la constitution de capacités dynamiques. (Item indexé 8) (Felin et al., 2012).

L'un des avantages principaux de la proximité est l'obtention d'un degré de légitimité (Item indexé 9). La légitimité génère un accès à de meilleurs emplacements, favorisant un cercle vertueux (Item 13) : « *legitimacy affects the competition for resources* » (Pfeffer et Salancik, 1978) cités dans (Deephouse et Suchman, 2008: 59).

Le franchissement (Item 12) est une compétence individuelle qui permet d'accroître les capacités d'identification et d'appropriation des ressources (Makadok, 2001). Cette compétence individuelle participe des micro-fondations.

A contrario, la mobilité ou la dispersion spatiale ont un effet négatif sur le processus de légitimation (item 14 et 15). Ce dernier constat est à rapprocher de la valeur de l'espace comme ressource; l'action de mobilité ou de dispersion s'appuie sur une hypothèse de

réplication et de substitution des lieux, autorisant un principe d'ubiquité (ce qui est exécuté dans un lieu peut l'être dans un autre) contraire à la valorisation de la ressource au sens de la *Resource-based view*.

Confirmation d'une explication causale : construction d'une matrice ordonnée des sites par la variable légitimité

Nous allons confirmer les résultats du codage axial en effectuant une analyse multi site inspirée des modèles de causalités en analyse qualitative (Miles et Huberman, 2003). En effet, la réplication d'observations de comportements de variables par sites (ici par food truck) permet d'établir une généralisation des données observées et de conclure ou non à l'existence de lien de causalité entre ces variables (Yin, 2009).

Les prédicteurs positifs sont dérivés du tableau de codage axial : la variable temps, la localisation, la proximité, la capacité de franchissement. Les prédicteurs négatifs sont : la mobilité et la dispersion. Nous regroupons ces éléments dans un tableau d'analyse de causalité par site (voir Tableau 16).

Après une première itération, nous avons modifié la liste de variables comme suit :

- Ajout d'une variable prédictive qui n'était pas apparue dans les patterns mais paraît significative pour expliquer le gain de légitimité d'un des food trucks, à savoir la variable RESEAU-INF, ou le rattachement à un réseau d'infrastructure technique.
- Retrait de la variable localisation et remplacement par trois variables. La localisation est composée de trois variables: la fixité, la proximité et le franchissement. Or, la fixité est une fonction inverse de la variable mobilité déjà incluse dans le tableau. Nous ne retenons donc que les variables proximité et franchissement, comme des sous-ensembles de la localisation.

Nous avons reporté les variables et effectué une première notation de chaque site (en utilisant des symboles +, - ou 0). Puis nous avons classé les sites en fonction du degré de légitimité

afin de faire ressortir des points communs révélant des indices de causalité. Le résultat est reporté en Tableau 16.

Tableau 16 : Matrice des sites ordonnés par degré de légitimité

	Temps (1)	Proximité (2)	Franchissement (3)	Dispersion (4)	Mobilité (5)	Réseau Inf (6)	Légitimité (7)	Degré de légitimité
Site 1	+++++	+++	0	-	-	0	+++	Fort
Site 4	+	+	0	0	0	+++	+++	
Site 2	++	++	?	0	0	0	+	Modéré
Site 5	+	0	++	--	--	+	0	Faible
Site 7	0	+	+	-	-	0	0	
Site 6	-	0	0	--	--	0	-	Null
Site 3	-	+	++	0	--	+	-	

Variable (1) mesuré en nombre d'années d'exercice

Variable (2) la proximité ici est mesurée comme le degré d'encastrement (dans les institutions locales, les groupes sociaux).

Variable (3) nombre de communes à franchir par rapport à sa commune d'attache

Variable (4) degré de localisation dans des zones hétérogènes

Variable (5) nombre d'emplacements différents dans la semaine

Variable (6) quantité de réseaux d'infrastructure connectés

Variable (7) estimation en « file d'attente » comme mesureur de légitimité (l'estimation se base sur les observations terrain et les mémos).

Discussion des résultats de la matrice ordonnée par sites

Les sites 1 et 4 ont atteint un niveau de légitimité élevé équivalent (exprimé en durée de file d'attente). Cette légitimité s'explique pour le site 1 par deux facteurs : la durée de son activité (ancienneté) couplée avec une proximité géographique forte (implantation en cœur de ville).

Le site 4 obtient un niveau de légitimité équivalent sans pour autant bénéficier d'une ancienneté et une proximité aussi élevée que le site 1 (localisation sur le rond point de la RD906, aux confins de la ville).

Nous voyons bien ici la confirmation de l'effet positif de la proximité géographique tel que nous l'avons identifié au préalable dans l'analyse du codage axial, et celle de l'effet négatif de la mobilité et de la dispersion sur l'obtention de la légitimité.

En revanche, nous observons l'apparition d'un nouvel effet positif, porté par le rattachement au réseau des infrastructures : ce rattachement a un effet multiplicateur positif sur la légitimité pour le site 4 puisqu'il permet à ce site d'obtenir une légitimité au moins équivalente au site 1 avec des niveaux de proximité géographique et d'ancienneté moindres. Le rattachement à une infrastructure joue ici le rôle de proximité organisée (via les réseaux techniques), venant compléter les effets de la proximité géographique de manière conforme aux travaux sur les dynamiques de proximité (Torre, 2010).

Concernant le rôle du temps et de la proximité pour le site 1, nous sommes sans doute confrontés à des variables endogènes l'une vis-à-vis de l'autre : en effet, la proximité se développe en corrélation forte avec le temps.

Nous ne sommes pas en mesure de statuer sur le rôle de la variable de franchissement à la lecture du tableau. Sommes-nous en face de causalités reverses ? Est-ce bien la légitimité qui résulte des facteurs que nous avons listés (temps +, proximité organisée +, dispersion -, mobilité -) ou bien la légitimité provient-elle d'autres facteurs (comme le design de l'offre par

exemple, ou la personnalité du responsable de site) et son niveau explique la variable temps (ne durent que ceux qui ont un niveau de légitimité) ?

Ainsi, le site 4 doté du même niveau de légitimité que le site 1 durerait autant que le 1, et si temps et proximité sont endogènes, atteindrait finalement les mêmes scores dans ces variables.

Le site 2 vient nous montrer que le temps ne dépend pas du niveau de légitimité et conforter l'hypothèse selon laquelle nous ne sommes pas en présence d'une causalité reverse. En effet, le site 2 a un niveau de légitimité moindre que le site 4 et pourtant une présence en activité plus longue que ce dernier.

Le site 5 cumule les facteurs défavorables : mobilité, dispersion. Ces facteurs sont corrélés avec le faible niveau de légitimité. Il est intéressant de noter qu'à ce jour ce food truck a arrêté son activité hebdomadaire sur la ville de Fontenay. D'autres explications sont envisageables : par exemple le degré élevé de densité des food trucks déjà présents (le site 5 est le dernier arrivé) n'aurait pas permis de développer la proximité nécessaire à l'attache à l'emplacement.

En résumé, la série ordonnée des sites nous permet de confirmer l'effet des facteurs de la ressource spatiale sur la légitimité.

La dispersion dans des zones hétérogènes a un rôle négatif sur la légitimité.

La mobilité a un rôle négatif sur la légitimité. Son état inverse, la fixité, favorise la proximité et, en conséquence, la légitimité à travers l'attache d'un point de référence pour le développement de la pratique.

« Dans la mesure où je suis toujours au même endroit je suis quasiment assimilé à un point fixe et les gens me retrouvent régulièrement ». (Verbatim SITE2-14).

Ce constat répond aux questionnements sur les vertus de la mobilité (Sergot et al., 2012), notamment à la suite des travaux du courant de la « *new mobilities paradigm* ». Nous rejoignons l'appréciation du courant de la *new mobilities paradigm* sur l'enjeu politique de la

mobilité (Cresswell, 2010), notamment concernant l'exercice du pouvoir d'être (ou de ne pas être) mobile. Compte tenu de cette dimension politique, il convient d'être prudent sur les conséquences de la mobilité (est-elle subie ou voulue ?) et de ne pas succomber au mythe du mouvement. Nous observons notamment à travers les verbatim que les individus mettant le plus en avant le concept de mobilité dans le choix d'un projet de food truck, sont ceux qui finalement voient leur projet ne pas aboutir, même si ce thème du nomadisme semble porteur :

« C'est sûr que ce concept nomade les gens s'y projettent assez facilement. Le fait d'être nomade de circuler de s'adapter d'aller là où les gens sont moi je trouve que le concept correspond à ce qui pourrait fonctionner aujourd'hui ». (Verbatim SITE6-15).

En effet, afin de répondre positivement à ses promesses, la mobilité requiert certaines conditions préalables :

- L'attache à un point de fixité (« mooring »): « *Mobilities cannot be described without attention to the necessary spatial, infrastructural and institutional moorings that configure and enable mobilities – creating what Harvey (1989) called the 'spatial fix'* » (Hannam et al., 2006: 3).
- L'existence d'un ensemble de compétences spatiales individuelles acquises par l'expérience ou la culture permettant d'exploiter « l'affordance » des lieux, c'est à dire la capacité habilitante de chaque environnement (Notais et Perret, 2012).

Notre principale réserve sur les apports théoriques du *new mobilities paradigm* concerne l'appréciation du rôle de la mobilité sur l'exercice des pratiques. Deux conceptions s'opposent sur l'émergence des pratiques au sein des dispositifs de mobilité. Pour certains auteurs, les lieux de flux, tels les aéroports, sont des espaces d'expression de nouveaux modèles d'interaction, synonymes de modernité (Hannam et al., 2006) alors que pour d'autres auteurs ces espaces sont des non-lieu (Augé, 1992), rendant de fait la mobilité synonyme d'enfermement des acteurs, au sens « sartrien » (Costas, 2013).

Il semble qu'à partir d'un certain seuil, la mobilité limite la légitimité dans la mesure où elle restreint l'exercice de la pratique – support des micro-fondations permettant d'activer les propriétés de la ressource espace.

Nos résultats concernent une mobilité continue (le fait de bouger de manière régulière) à ne pas étendre à la mobilité de rupture (le fait de changer d'un espace pour un autre espace de façon épisodique) permettant une recomposition des liens sociaux (Grossetti et Filippi, 2004).

La proximité géographique a un effet positif sur la légitimité. Elle favorise l'engagement dans le temps, créant ainsi les conditions d'une boucle vertueuse de développement des interactions. Cependant, cet effet de la proximité géographique ne se pérennise que lorsque sont mise en place des dynamiques de proximité, c'est à dire l'association de formes complémentaires de proximité dans un séquençage adapté (Filippi et Torre, 2002; Torre, 2010).

La proximité organisée a un effet positif que nous qualifions de multiplicateur ; nous avons vu dans l'exemple du site 4 que ce facteur a plus que compensé le retard en temps par rapport à son homologue.

7.1.2 Les propriétés de l'espace ressource : modalité d'activation et propriété de substitution

Après avoir décrit les propriétés de l'espace comme ressource dans le dispositif de légitimation, il convient de s'intéresser au mécanisme par lequel cette ressource est identifiée par un ou des acteurs, puis activée dans le but de permettre la coordination des interactions.

Nous nous appuyons sur la grille d'analyse des facteurs de concurrence spatiale.

Le schéma en Figure 15 présente les états possibles d'une ressource spatiale. Le passage de l'état de ressource générique à ressource spécifique est un processus de spécification (flèche pointée vers le haut) : « cette distinction entre générique et spécifique s'inscrit dans une

optique néo-institutionnaliste » (Colletis-Wahl et Perrat, 2004: 118). Les auteurs font ici référence à l'approche institutionnaliste de Williamson.

Le passage de ressource latente à ressource activée est intitulé processus d'activation (flèche orientée vers le bas).

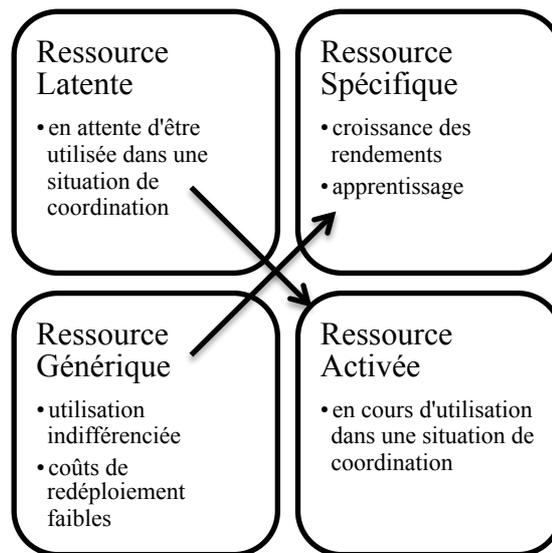


Figure 15 : Les facteurs de concurrence spatiale - d'après (Colletis-Wahl et Perrat, 2004)

Nous nous intéressons aux différentes étapes décrites par les acteurs de nos deux terrains d'étude en matière de spécification et d'activation d'espaces.

Présupposé initial : reconnaissance d'un état de latence. L'espace est en friche, non utilisé. Abondant, apparemment peu valorisé puisqu'il s'agit d'espaces publics en marge (cas des food trucks), il apparaît comme disponible. Néanmoins, l'identification de la ressource latente dépend de compétences individuelles : capacité à voir les espaces, expérience professionnelle ou vécu d'une mobilité longue (principalement des séjours à l'étranger).

Attribution d'une forme générique. L'espace non soumis aux droits de propriété est une ressource « publique », reconnue comme utilisable ; son faible coût apparent de redéploiement permet de se l'approprier. Attribuer ou non une forme générique à l'espace dépend totalement de la structure institutionnelle (ou environnement institutionnel). Emettre la possibilité d'une appropriation de l'espace découle de la façon dont les droits de propriété et le mode de gouvernance sont perçus par les acteurs (Williamson, 1986). Une des fonctions de l'entrepreneur institutionnel est de mettre en évidence ces possibilités d'appropriation.

Propriété de substitution. Le fait d'avoir établi la latence et le caractère générique permet aux acteurs de faire de l'espace une ressource de substitution. Dans le cas des food trucks, le recours à l'espace intervient pour remplacer l'absence ou l'insuffisance de capital financier (motivation exprimée dans l'ensemble des entretiens) ; dans le cas du Slow Food, le positionnement dans des espaces territoriaux (ou des actions de franchissement) permet de pallier l'insuffisance du capital social nécessaire à l'action politique. Cette étape de substitution est primordiale car sans recours à la propriété de substitution il n'y aurait pas la séquence suivante, d'activation (les acteurs auraient ignoré la ressource et exploité une autre ressource).

Activation. L'activation de la ressource espace passe par trois étapes constitutives du projet : le design, la personnalisation, la pratique.

- Le design est de type empirique, basé sur l'observation, alliant rigueur et soin du détail tout en recherchant la créativité et la qualité. L'objectif est d'assembler les compétences hétérogènes des acteurs autour d'un produit / service unique.

« Je suis allée me former sur les pâtes en gastronomie italienne dans une maison italienne, en dessert, puis chez un champion de pizza, je savais pas que ça existait mais en rencontrant ceux qui avaient fait cette formation chez les champions de pizza (ils) m'ont dit les gens ils font cinquante kilomètres de détour pour venir chercher des pizzas chez nous ». (Verbatim SITE1-3)

- La personnalisation joue un rôle fondamental dans la différenciation de l'offre.

« Parce que c'est quelque chose qui me plaît (...) c'est un produit qui permet d'apporter un peu de créativité j'ai une carte relativement étoffée donc ça permet de se lâcher un peu et toujours sans prendre de gros risques ». (Verbatim SITE2-12).
« En tant que graphiste c'est toute la partie création tout ce que je peux faire en forme en couleurs je le fais dans les pizzas du mois ou dans les recettes raffinées c'est là que je me fais plaisir ou j'ai le volume j'ai la couleur j'ai le cinquième le goût en plus sur mon support ». (Verbatim SITE1-9).

- La pratique est le processus d'amélioration et d'apprentissage continu, alimenté par les échanges permanents avec les clients.

« Moi je me rends sur place et je regarde comment ça se passe. Je vais je m'assois et j'essaye de comptabiliser comment c'est assez rigolo ». (Verbatim SITE3-6).
« (Sur les systèmes de fidélisation) J'y réfléchissais et je cherchais la solution je voulais pas de carte et je voulais un truc qu'on donne occasionnellement que quelqu'un puisse perdre c'est vicieux mais c'est réel il a qu'à être soigneux !! ». (Verbatim SITE2-10).
« Et donc ça a été des mois de discussion même entre nous ça a généré des soucis parce que des fois le service commençait et les commandes étaient pas terminées (...) ». (Verbatim SITE4-13).

Les réseaux amont (associations professionnelles du secteur de la restauration, organismes d'accompagnement de la création d'entreprise...) jouent un rôle important dans la structuration du projet. Ils aident à surmonter les contraintes de l'environnement institutionnel en tant qu'intermédiaires avec les parties prenantes (montage de dossier, aide au financement, mise en contact avec les collectivités...) et apportent des soutiens à la pratique ou au design lors des programmes de formation dont ils ont la charge. Ce soutien en matière de création de l'offre est indispensable car les collectivités s'appuient sur la solidité de la trilogie design / personnalisation / pratique pour décider d'attribuer un emplacement à un food truck, ou encore d'accompagner le porteur de projet dans un des organismes de développement économique (établissement public de coopération intercommunale).

« On a été voir des associations de restaurateurs. On a vu une association qui nous a beaucoup aidé et nous a suivi. On a eu des contacts avec des personnes qui ont travaillé dans la restauration pendant 15 ou 20 ans, qui nous ont dit comment faire vers qui se tourner, qui nous ont donné des consignes». (Verbatim SITE7-10).

Spécification. La spécification passe par l'agencement des dynamiques de proximité dans lequel la proximité géographique permet d'établir le premier niveau d'assise de la pratique, tandis que la proximité organisée multiplie les effets de la proximité géographique. En revanche, la proximité temporaire ne joue pas de façon positive pour les food trucks (nous verrons que cela résulte du lien entre capacités de ressource picking et capacités dynamiques). Les dynamiques de proximités permettent ainsi d'établir un cadre de coordination des interactions afin que l'exercice continu de la pratique telle qu'elle a été envisagée au moment du projet puisse se réaliser au quotidien (se vivre par les différents acteurs). C'est bien cette pratique dans la durée, favorisée par les régimes de proximité, qui va permettre les formes d'apprentissage (individuel ou organisationnel) et faire croître le projet vers sa forme la plus poussée de légitimité (associée au lieu, à l'entrepreneur et à sa pratique quotidienne). Plus le degré de spécification est élevé, plus la légitimité de l'acteur est forte. Une des manifestations

de la spécification est constaté lorsque la ressource est spécifiée de façon « tenue pour acquise ». Ainsi, le parvis du MK2 Bibliothèque est rapidement devenu le lieu ou aller à la rencontre du « Camion Qui Fume ».

« Ben comment ça nous est venu ? ... on est arrivés à Paris et on a vu quelques camions à côté du Camion qui Fume... ». (Verbatim SITE5-2).

La phase de spécification ainsi décrite correspond à une définition des capacités dynamiques permettant d'exploiter des ressources : « *capabilities, in contrast, refer to a firm's capacity to deploy resources, usually in combination, using organizational processes, to effect a desired end. They are information-based, tangible or intangible processes that are firm specific and are developed over time through complex interactions among the firm's resources.* » (Makadok, 2001: 388). Le cas des food trucks offre une illustration confirmant les séries d'hypothèses élaborées par Makadok sur la construction des ressources : soit par « *resource picking* », à travers une acquisition, soit par construction des capacités (« *capability building* »). Le choix entre « *resource picking* » et construction par les capacités dépend de la valeur *ex ante* associée à la ressource, dans l'hypothèse où cette la valeur est identifiable. Si cette valeur *ex ante* est faible, la valorisation de la ressource par les capacités dynamiques sera d'autant plus importante (et inversement si la valeur *ex ante* est forte, la portée des capacités dynamiques est réduite). Or, dans le cas des food trucks, nous avons pu observer de la part de interviewés un rejet quasi unanime des attributions d'emplacements par appels d'offres. Le processus d'appel d'offre proposé par certaines collectivités correspond à un modèle de valorisation de la ressource espace par le niveau d'information *ex ante* sur cette ressource. C'est le cas des festivals où la valorisation de la redevance fixée par l'organisateur dépend du niveau espéré d'affluence.

Or, nous avons observé une défiance de la part des interviewés vis à vis de ces formes de valorisation.

« Je suis allée pour une soirée Virgin radio dans le nord de paris il devait y avoir deux mille personnes j'ai invité moi même un autre food truck et dernière minute il y a eu un problème technique dans le hall ils ont déplacé tout le concert ils nous ont pas déplacé on est venu avec la marchandise pour deux cent personnes j'ai fait venir un autre food truck qui avait préparé pour quatre cent on a rien fait tous les deux j'avais vendu quinze bricoles mais vraiment c'était la catastrophe la perte totale on leur a dit plus jamais soit vous nous payez un minimum et on se déplace ce qui nous couvre nos frais de marchandises d'achat de matières » (Verbatim SITE1-10)

Si les food trucks interrogés refusent ce modèle, c'est à notre avis parce qu'ils privilégient le processus de valorisation des ressources par la pratique de leurs capacités dynamiques, associant dynamiques de proximité, design, pratique et un degré élevé de personnalisation. Ce constat confirme ainsi les hypothèses sur la relation entre les deux formes de valorisation de ressources (Makadok, 2001).

En optant pour les processus d'appel d'offre, les collectivités contribuent à renforcer la position des porteurs de projet dotés de compétences informationnelles élevées, peu désireux de spécifier un espace, cherchant à équilibrer leur résultat d'exploitation. En revanche, en choisissant un mode de sélection basé sur l'analyse des contenus des offres (design, personnalisation, pratique), les acteurs territoriaux permettront le développement de capacités dynamiques et renforceront ainsi la spécification des espaces attribués.

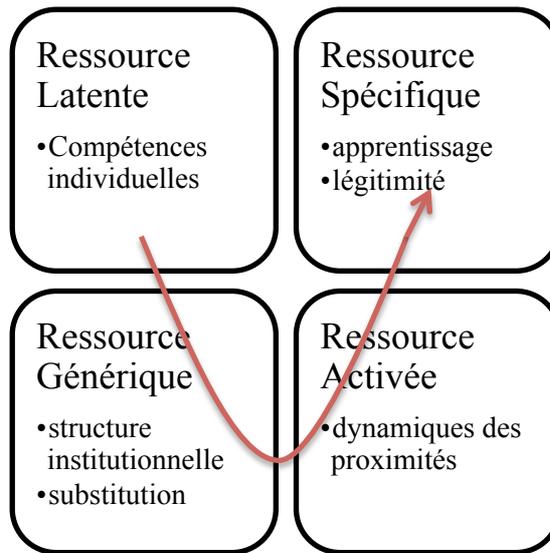


Figure 16 : Processus d'activation et de spécification de la ressource espace

Le cycle décrit en Figure 16 s'inscrit dans le modèle théorique de l'espace social de Henri Lefebvre. Le cas food truck vient ainsi éclairer, par un exemple dynamique, la problématique de l'espace conçu (Lefebvre, 2000). En phase de spécification, les acteurs s'invitent dans la conception de l'espace puisqu'ils cherchent à reconfigurer l'usage social d'un lieu, sa finalité économique, voire les éléments de sa symbolique (espace perçu) et l'expérience des citoyens (espace vécu).

Dans un champ organisationnel mature, la spécification de la ressource espace, assimilable à une tentative de co-conception de l'espace, débouche soit sur une collaboration soit sur un conflit avec les producteurs d'espace institutionnels. Cette tension entre les producteurs institutionnels et les acteurs émergents « spécificateurs d'espace » est accrue dans les contextes urbains qui voient s'opposer des projets multiples et par le caractère éphémère des dispositifs obtenus.

7.1.3 Le caractère éphémère de la ressource espace

Malgré les efforts de spécification de l'espace comme ressource, son appropriation reste éphémère et son exploitation constamment menacée. Nous avons pu mesurer cette

caractéristique, lors de nos observations non-participantes. Ainsi, durant un entretien avec le site 2, nous avons assisté à un échange entre le propriétaire du food truck et des géomètres prenant des mesures autour de l'emplacement du camion :

« - Pour l'instant votre camion nous gêne pas mais à mon avis dans six mois (...)
- Qu'est ce qui se passe ?
- On va construire un bâtiment là (...) on a besoin d'avoir une emprise de deux mètres sur le domaine public ». (Verbatim SITE2-5).

L'espace aménagé près du rond-point de la RD 906 est ainsi revendiqué par plusieurs opérateurs : ici une entreprise de Bâtiments et Travaux Publics souhaitant bénéficier d'une emprise sur la voirie pour réaliser des travaux d'agrandissement des locaux de l'IRSN.



Figure 17 : L'emplacement du rond-point avant les travaux

Nous sommes repassés sur les lieux un an après l'entretien. L'espace de trottoir a été diminué de moitié, l'aspect visuel a été fortement modifié. Les surfaces préemptées par l'entreprise de Bâtiments et Travaux Publics qui dépassent largement les deux mètres annoncés initialement sont dissimulées par des palissades de chantier, diminuant l'attrait et l'ergonomie du lieu. L'espace attribué aux food trucks est considérablement atrophié.



Figure 18 : L'emplacement du rond-point pendant les travaux

L'ambiguïté provient des propriétés de l'espace public. En effet, malgré les efforts d'activation et de spécification engagés, les espaces attribués restent dépendants de la collectivité qui en régit les droits et usages. **La ressource espace n'est pas encadrée par des droits de propriété mais par un droit d'usage partagé entre les différentes parties prenantes recherchant à en capter les propriétés d'activation et de spécification. L'espace ainsi est une ressource éphémère, se situant dans un mode d'appropriation hors marché et dont la gouvernance est pilotée par des organes territoriaux (collectivités, mairies...).** Lors du codage thématique, nous avons introduit un code émergent pour classer les unités de sens (le code GAME) traduisant l'acceptation tacite par les acteurs de cet état de fait.

« L'accord avec arrêté municipal pour un an reconductible il faut refaire la demande tous les ans, tous les ans c'est l'épée de Damoclès ». (Verbatim SITE2-7).

7.2 LA RESSOURCE ESPACE S'INSCRIT DANS UN CONTEXTE HORS MARCHÉ

La contextualisation hors marché de l'espace est un problème récurrent que l'économie géographique qui est . De nombreuses forces « hors marché » interviennent dans la construction de l'espace, y compris dans les lieux dans lesquels le marché lui-même s'insère.

7.2.1 Détourner pour s'aliéner les parties prenantes

Nous avons pu observer que le rôle des parties prenantes dans la gestion de l'espace est prépondérant. Chaque partie prenante cherche à s'appropriier l'espace en vue d'effectuer ses opérations de spécification, c'est à dire d'activation de l'espace comme ressource pour l'intégrer dans une pratique conférant apprentissage et légitimité (modèle basé sur l'exploitation de capacités dynamiques). Or, celui ou celle qui remporte la partie est celui ou celle des parties prenantes qui réussit à concilier son projet avec la logique institutionnelle régissant les droits d'usage de l'espace. Pour arriver à ce stade, il doit fédérer l'ensemble des parties prenantes, y compris les acteurs institutionnels, autour de sa problématisation de l'espace. Cette étape passe par une lecture fine des logiques institutionnelles sous-jacentes. Dans le cas du Slow Food, Carlo Petrini a identifié à de nombreuses reprises la problématique posée par la compétition entre parties prenantes. Il a résolu cette problématique dans les différentes phases de constitution et d'élargissement de son réseau : détournement d'un réseau existant (Ferrary 2010), rattachement d'acteurs hétérogènes dans des dimensions nouvelles (en particulier le réseau des presidi qui permet d'associer les producteurs, les consommateurs et les acteurs territoriaux).

Le détournement comme forme possible d'action constitue une alternative au duo conflit-coopération.

7.2.2 L'identification des logiques d'appropriation de l'espace

La structure institutionnelle sous-jacente est apparue progressivement dans notre démarche de recherche : lors du codage thématique nous avons relevé que les acteurs représentant les

collectivités locales associent systématiquement l'attribution d'un emplacement de food truck à la question de la concurrence.

« On est très vigilants à ce que les food trucks ne se positionnent pas en concurrence vis à vis de nos commerçants sédentaires on a déjà un maillage sur la commune en terme de restauration qui est déjà euh bon on va dire assez fin assez complémentaire » (Verbatim MGR-1)

Il est régulièrement fait mention de la responsabilité qui est la leur de ne pas introduire de concurrence déloyale. Or, aucune étude économique sérieuse ne vient étayer l'influence négative de l'ouverture d'un food truck ambulancier sur le commerce de détail résident (attrition de revenu, perte de clientèle ou autre influence). Des recherches documentaires sur les textes régissant les pouvoirs des maires nous ont permis d'identifier une circulaire expliquant l'origine des associations lexicales (food truck = concurrence déloyale) et traduisant bien les rapports de force en présence (voir Encadré 6).

Encadré 6 : La circulaire du 12 août 1987 sur les pratiques para-commerciales

Une variable latente du discours des acteurs institutionnels encadrant l'action des parties prenantes.

Une circulaire datant de 1987 portant sur la lutte contre les pratiques para-commerciales fixe le cadre interprétatif dans lequel s'exerce la vente ambulante. L'objet principal de la circulaire est la « saine concurrence » en cherchant à protéger les activités commerciales régulières de celles qui ne « supportent pas les charges correspondantes ».

Cette circulaire est extrêmement significative à de nombreux points de vue, et fixe selon notre appréciation le cadre cognitif dans lequel évoluent actuellement l'ensemble des acteurs concernés par la restauration ambulante.

La responsabilité de la protection des pratiques commerciales repose sur les maires. De par leur pouvoir d'autorisation des occupations des lieux publics, ils sont ciblés comme étant les dépositaires de « la lutte contre le développement des pratiques para-commerciales ». L'instruction est donnée de sensibiliser les maires et d'accompagner les services municipaux afin que leurs décisions soient effectuées en accord avec les recommandations des services de la concurrence.

Les activités de restauration sont particulièrement ciblées, en rappelant aux services coordonnés de contrôler « notamment pour la restauration exercée de manière provisoire, des pratiques qui, outre leur aspect para-commercial, relèvent également de la législation sur l'hygiène et la répression des fraudes ».

En conclusion, l'activité de food truck est rattachée à un secteur suspect, tant par la possibilité de déroger aux règles d'hygiène, que par ses pratiques de concurrence supposées déloyales. Le maire et les services municipaux sont désignés comme les garants permettant de limiter les potentielles dérives.

Travail discursif de maintenance et faiblesse des coalitions.

Ce sont les acteurs de l'institution en place (les collectivités et les réseaux amonts) qui définissent le *framing* : **nous sommes donc en présence d'un travail institutionnel de maintenance, d'adaptation des règles susceptibles d'être remises en cause par des acteurs émergents.** L'utilisation des concepts et des termes d'une circulaire datée associant vente ambulante à concurrence déloyale est un travail discursif servant à perpétuer des cadres cognitifs existants. La « réactivation des croyances institutionnalisées affaiblies durant les périodes de crise» (Blanc et Huault, 2010: 96) s'effectue en associant des concepts, ce qui permet de renforcer le pouvoir des acteurs défendant l'ordre institutionnel existant.

Ce verrou institutionnel de maintenance se confirmera si les défenseurs du *statu quo* institutionnel (les collectivités) mettent en place les organismes de contrôle, comme cela a été évoqué dans les entretiens (métiers de placiers en food truck, pré-découpage des zones et attribution dans le cadre d'appel à projet ou d'appels d'offres pour les bailleurs privés...), dont ils définiront les modes de gouvernance.

Ces opérations de maintenance institutionnelle sont en cours à Paris avec le lancement d'un appel à projet en Mai 2015 pour l'attribution d'emplacements de food trucks dans des zonages définis par la mairie. Un des résultats les plus inattendus de cet appel à projet parisien aura été l'éviction du *Camion Qui Fume* de la liste des lauréats.

L'entrepreneur institutionnel est ainsi évincé de sa base de légitimité par les défenseurs d'une maintenance institutionnelle.

Le fait le plus surprenant n'est pas que le *framing* institutionnel trouve son origine dans une circulaire, mais qu'aucun des répondants du côté des food trucks n'en ait connaissance, ni aucun des sites de conseil à la création des food trucks que nous avons pu consulter. Cette absence de compréhension de la part des acteurs de la scène food truck est à notre avis une des raisons de leur difficulté à proposer une nouvelle forme de problématisation quand à leur

appropriation de l'espace. Cette absence de coalition autour d'une problématisation est à mettre en relation avec la faiblesse des réseaux avals (associations de food trucks) soulignée par l'intégralité des répondants :

« Associations ? Non, on avait souscrit sur des sites on avait pris un abonnement sur Monitinérant pour un peu de visibilité et puis la possibilité d'être mis en contact avec des gens qui auraient besoin pour des événements mais zéro retour aucun retour sur investissement ». (SITE4-9).

« Il y a un moment où il faut se regrouper pour peser. Pourquoi pas plus tard peser en se regroupant auprès des communes pour obtenir des autorisations ? Comme les différentes fédérations de secteurs qui pèsent qui font du lobbying. Après je pense qu'ils sont un peu jeunes je connais pas suffisamment l'historique pour savoir le secteur est peut être un peu jeune pour s'être déjà organisé ». (CCE-17).

Divergences et ouvertures dans le discours de maintenance

Nous avons néanmoins observé des variantes dans le discours des élus, éloignées de la problématique de défense contre la concurrence déloyale (voir la catégorie FRAMING du codage). En effet, pour les acteurs que nous avons interrogés, la question des food trucks est aussi une question sociale, d'emploi et de projet de développement économique (d'une zone géographique). Ainsi, une contradiction est apparue dans le discours entre projet économique de création d'emploi et protection des conditions de la concurrence.

Ce défaut de problématisation de la scène parisienne est à comparer avec la démarche opérée par le NOFTC²⁶ dans le conflit qui les a opposé à la mairie de New Orleans (voir Encadré 5).

7.2.3 La concurrence pour une préemption des ressources hors marché, phase du travail institutionnel

Bien que l'espace soit une ressource hors marché, nous observons une concurrence entre les parties prenantes pour le préempter ou se l'approprier. Ce constat est une confirmation de l'existence d'une concurrence en l'absence d'un marché, pour l'acquisition de ressources stratégiques. Dans le cas de l'espace en tant que ressource stratégique, nous observons que ce

²⁶ Coalition des food truck regroupée sous le terme de New Orleans food trucks Coalition.

sont les parties prenantes qui s'affrontent. En effet, l'appropriation de l'espace permet d'acquérir une légitimité personnelle, mais surtout d'envisager la spécification de l'espace – entrant ainsi dans un processus de construction de l'espace, au travers de l'établissement de régimes de proximité, processus qui va « institutionnaliser » l'acteur en l'associant aux producteurs d'espace (Lefebvre, 2000).

L'absence de marché n'induit pas une absence de règles. La concurrence va en effet être canalisée par des scripts sous-jacents qui encadrent les règles d'appropriation. Ces scripts, ou *framing*, peuvent être totalement tenus pour acquis, devenant institutionnalisés. Notre exemple de la circulaire de 1987 montre comment ces scripts peuvent être intériorisés y compris par les acteurs pour lesquels ils sont le plus défavorable.

Le rôle de l'entrepreneur institutionnel est donc de coaliser les parties prenantes autour d'une problématisation en cherchant à modifier les règles de la compétition dans le contexte des ressources hors marché à son avantage. En effet, si « *les ressources détenues constituent une première forme de pouvoir. La théorisation par Pfeffer et Salancik (1978, notamment p. 39-61) de la dépendance aux ressources souligne que les relations de pouvoir sont marquées par la capacité des acteurs à contrôler l'accès à des ressources dont les autres acteurs ont besoin.* » (Huault et Leca, 2009: 139), qu'en est-il des ressources dont le régime d'appropriation se situe hors marché, comme c'est le cas pour l'espace ?

Nos résultats montrent que **l'entrepreneur institutionnel doit se préoccuper des conditions de compétition s'exerçant sur l'accès aux ressources stratégiques (qui vont soit asseoir sa légitimité, soit permettre d'asseoir la pratique). Si ces ressources se situent dans un contexte hors marché (telles que l'espace, la position sociale...) il doit effectuer un travail d'analyse et de compréhension des mécanismes d'appropriation de ces ressources. De ce fait, son action s'adresse à un « second front » des mécanismes institutionnels sous-**

jacents, ce second front n'étant pas nécessairement le champ initial vers lequel il avait prévu d'orienter son action.

Nous complétons ainsi le principe de la démarche empirique à l'aide de l'analyse fine de la ressource espace venant compléter la compréhension d'un champ organisationnel : « *The structure of an organizational field cannot be determined a priori but must be defined on the basis of empirical investigation* » (DiMaggio et Powell, 1983: 148).

L'entrepreneur institutionnel doit donc s'associer aux mécanismes de production (et de reproduction) de ces (ou cette) ressources spatiales pour en identifier les mécanismes principaux et résoudre l'état de conflit latent généré par l'institution.

L'institution n'est pas seulement un état cognitif partagé mais aussi une tension entre des positions asymétriques par les rôles institués ou les règles instaurées (Talbot, 2008).

Il s'agit là d'un moyen privilégié qui permet de surmonter la compétition avec les parties prenantes, de participer des mécanismes de production des rapports sociaux, reconfigurant l'agencement des régimes de proximité dans le but de redéfinir les espaces physiques et les relations sociales, comme nous le présentons dans la partie suivante.

7.3 LES AGENCEMENTS DE REGIMES DE PROXIMITE ONT UN ROLE SUR LE TRAVAIL INSTITUTIONNEL

Les résultats discutés dans la section 7.3 font l'objet d'un article intitulé « Le rôle de la proximité dans le travail institutionnel : enseignements du réseau Slow food » accepté dans la revue *Géographie, économie, société* en octobre 2015 et actuellement en cours de publication (Pokrovsky, sous presse).

7.3.1 L'émergence des régimes de proximité dans le travail institutionnel

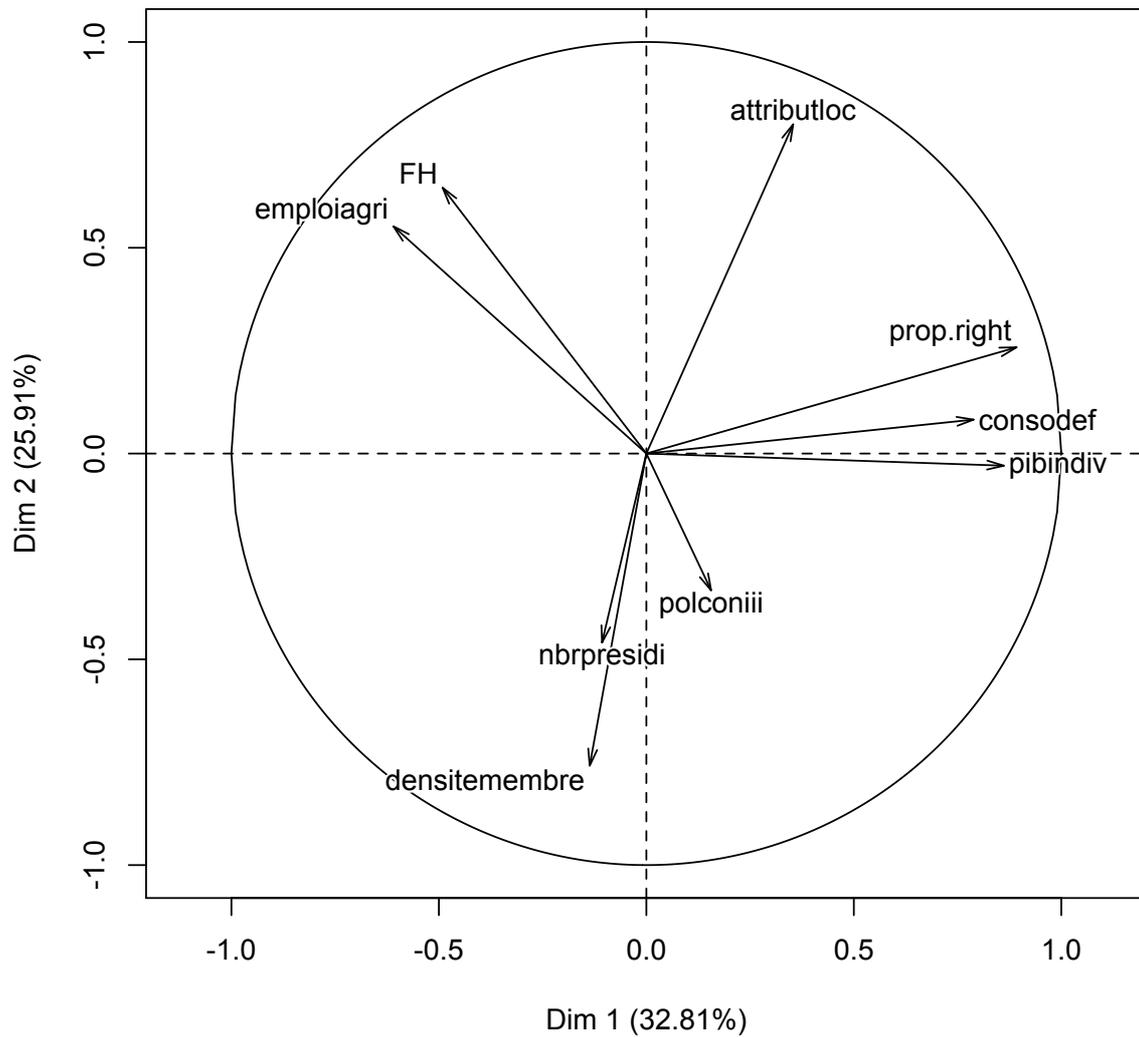
Travail abductif sur les données quantitatives du Slow Food (voir Figure 14 : Processus méthodologique du Cas Slow Food).

L'objectif de notre analyse en composantes principales est d'identifier le rôle des trois méta catégories qui ont émergé lors du codage sur le travail institutionnel du mouvement Slow Food. Ces catégories ont été codées comme des variables de distance, d'environnement institutionnel et de densité. Sommes-nous en mesure d'expliquer des relations entre ces variables ? Pouvons-nous identifier des relations causales ?

L'Analyse en Composantes Principales favorise les démarches abductives et nous a semblé la réponse méthodologique adaptée à nos questions. Nous avons choisi d'appliquer notre analyse sur des unités correspondant à des territoires (voir chapitre méthodologie).

Notre première démarche exploratoire consiste à valider au moyen de l'Analyse en Composantes Principales (« ACP ») la variable la plus pertinente pour chacune des méta catégories parmi les neuf variables que nous avons identifiées comme potentiellement explicatives.

Les matrices provenant de l'ACP effectuée sur l'ensemble des données des neuf variables sont présentées en Figure 19 et en Figure 20.

Variables factor map (PCA)**Figure 19 : Matrice par variables sur les données à 9 variables**

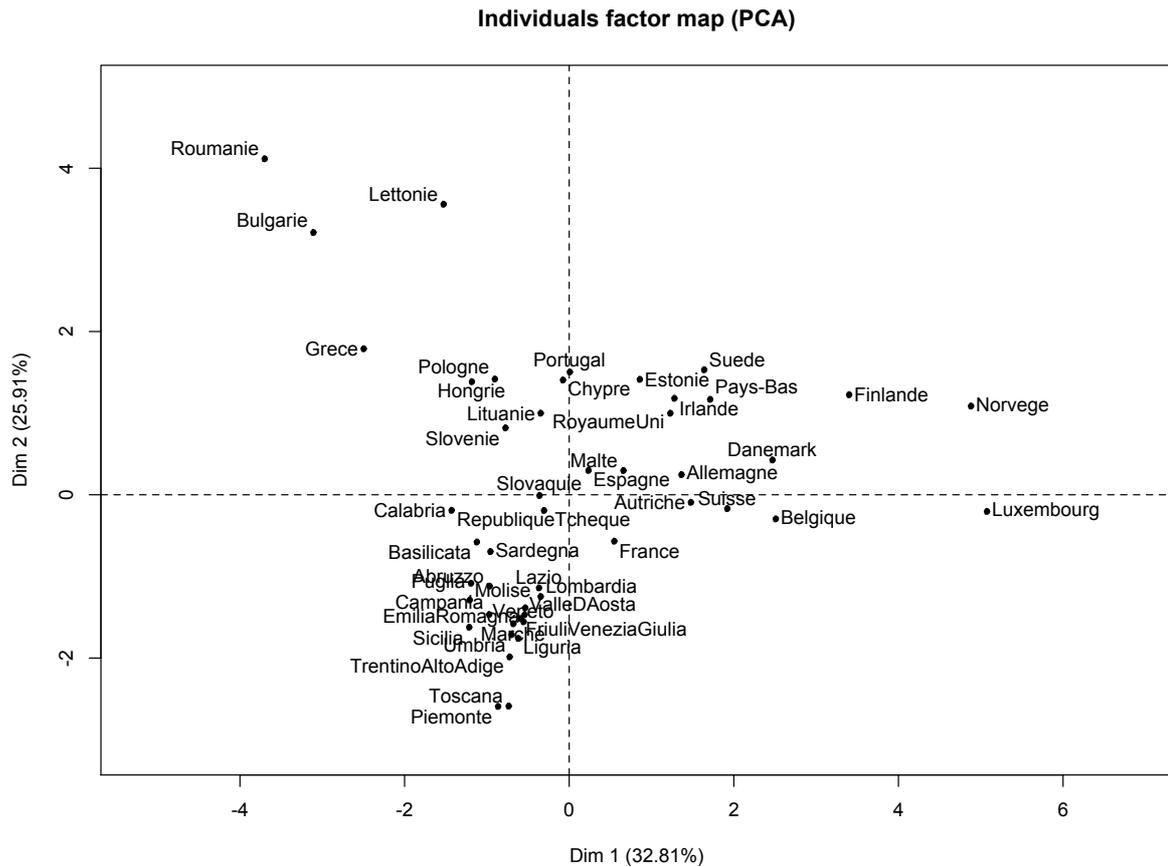


Figure 20 : Matrice par individus sur les données à 9 variables

Le premier constat est la relative bonne tenue de la portée explicative de cette ACP (les dimensions retenues expliquent 58,72% de la variance entre les individus, soit un pourcentage tout juste inférieur au seuil de 60%).

La matrice des variables permet d'identifier les redondances entre certaines variables par colinéarités entre les vecteurs. Avant de statuer sur les variables à éliminer, il convient de rechercher la signification des dimensions. Nous utilisons la fonction « *dimdesc* » du logiciel *R* qui présente les variables associées à chacune des dimensions, ainsi que les coefficients de corrélation, et la p.value associée.

\$Dim.1\$quanti	correlation	p.value
prop.right	0.8922054	1.719695e-17
pibindiv	0.8616735	3.787702e-15
consodef	0.7886823	2.803805e-11
attributloc	0.3537960	1.362791e-02
FH	-0.4910076	3.949333e-04
emploiagri	-0.6095888	4.250436e-06

\$Dim.2\$quanti	correlation	p.value
attributloc	0.7999244	9.088877e-12
FH	0.6458629	7.148159e-07
emploiagri	0.5520834	4.743334e-05
polconiii	-0.3323155	2.101736e-02
nbrpresidi	-0.4591299	1.029100e-03
densitemembre	-0.7582769	4.317559e-10

\$Dim.3\$quanti	correlation	p.value
polconiii	0.8508686	1.890936e-14
consodef	0.3546460	1.338837e-02
emploiagri	0.3342280	2.024529e-02

Tableau 17 : Dimensions de l'ACP à 9 variables

Interprétation.

Deux variables significatives expliquent la **dimension 1** : l'index présentant le régime de protection des droits de propriété (provenant de *Index of Economic Freedom (EFW; Gwartney, Lawson & Block, 1996, Fraser Institute)*) et le PIB par habitant. Rappelons que plus l'index des droits de propriété est élevé, plus les règles institutionnelles protègent les droits de propriété et contractuels. Ce résultat confirme de manière expérimentale la prépondérance théorique accordée à la question des droits de propriété dans le comportement des agents (ici des territoires), que ce soit dans le cadre des coûts de transaction (Williamson, 1986), ou celui de la régulation des activités économiques (Chabaud et al., 2005). Nous observons donc que le PIB par habitant est très fortement corrélé à cette première variable.

Or, nous ne disposons pas pour les régions italiennes d'une variation de l'indice prop.right qui n'est disponible qu'au niveau pays (et donc contient la même valeur pour chaque région) et a donc un impact sur la variance totale. Aussi, pour expliquer la première dimension, nous

retenons le PIB par habitant comme marqueur le plus représentatif de la catégorie « environnement institutionnel ».

La dimension 2 voit s'opposer deux variables significatives : la distance (avec la variable attributloc) et la densité du réseau « social » (avec la variable densitemembre).

Notre interprétation est que la distance est une fonction inverse de la densité (mesurée en nombre de nœuds de réseau rapporté à la population totale du territoire). En retrouvant ici nos deux méta catégories (densité et distance), nous pouvons établir une première relation entre les deux variables comme suit : plus on s'éloigne du centre du réseau, plus la densité du réseau diminue.

La dimension 3 n'apporte pas d'interprétation supplémentaire.

Nous effectuons ensuite une nouvelle ACP en ne retenant que les 3 variables sélectionnées (PIB/ha, distance et densité du réseau « social ») dans le but d'expliquer la variance entre les 49 territoires. Le résultat est présenté en Figure 21.

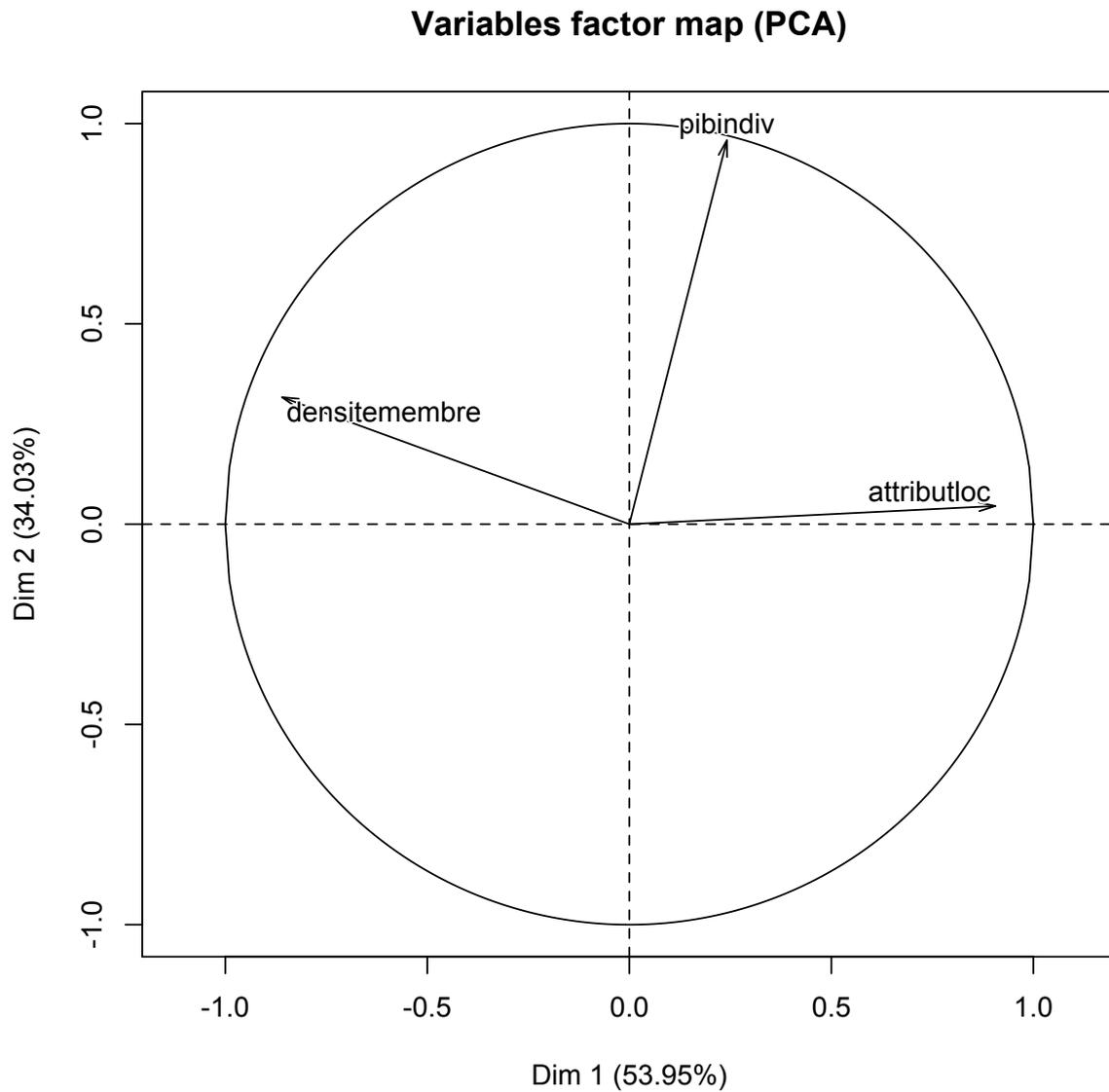


Figure 21 : Matrice par variables de l'ACP à 3 variables

Les résultats sont particulièrement encourageants dans la mesure où le pourcentage d'explication de la variance passe à 87,98%.

Si nous exploitons les données fournies par la fonction « *dimdesc* » de *R*, nous obtenons les informations suivantes :

\$Dim.1\$quanti	correlation	p.value
attributloc	0.9061248	8.340814e-19
densitemembre	-0.8597707	5.076184e-15

\$Dim.2\$quanti	correlation	p.value
pibindiv	0.9583902	1.099101e-26
densitemembre	0.3168602	2.821462e-02

\$Dim.3\$quanti	correlation	p.value
attributloc	0.4205811	0.002915983
densitemembre	0.4004921	0.004792356

Tableau 18 : Dimensions de l'ACP à 3 variables

La première dimension est constituée par les variables distance et densité qui s'opposent, confirmant la relation ébauchée précédemment : la densité du réseau diminue en fonction de la distance. La seconde dimension représente un axe du degré d'institutionnalisation, qui vient modérer le rôle de la distance sur la densité.

Cet effet modérateur de la variable PIB/ha est particulièrement probant si l'on observe la matrice par individus de l'ACP à trois variables (pour des raisons de simplification graphique nous avons limité les individus aux dix valeurs extrêmes) en Figure 22. Les régions situées les plus à gauche sur la matrice sont celles ayant la distance la plus faible avec le centre du réseau, tandis que les régions à droite sont les plus éloignées ; les régions dans le quadrant nord ouest sont celles qui ont le degré de densité le plus élevé. A distance égale, les régions à fort PIB/ha (comme la Norvège ou le Luxembourg) ont une densité supérieure à celle des régions à PIB/ha plus faible. Notre premier constat est que le degré d'institutionnalisation (ici mesuré par le PIB/ha) vient modérer l'effet de la distance sur la densité.

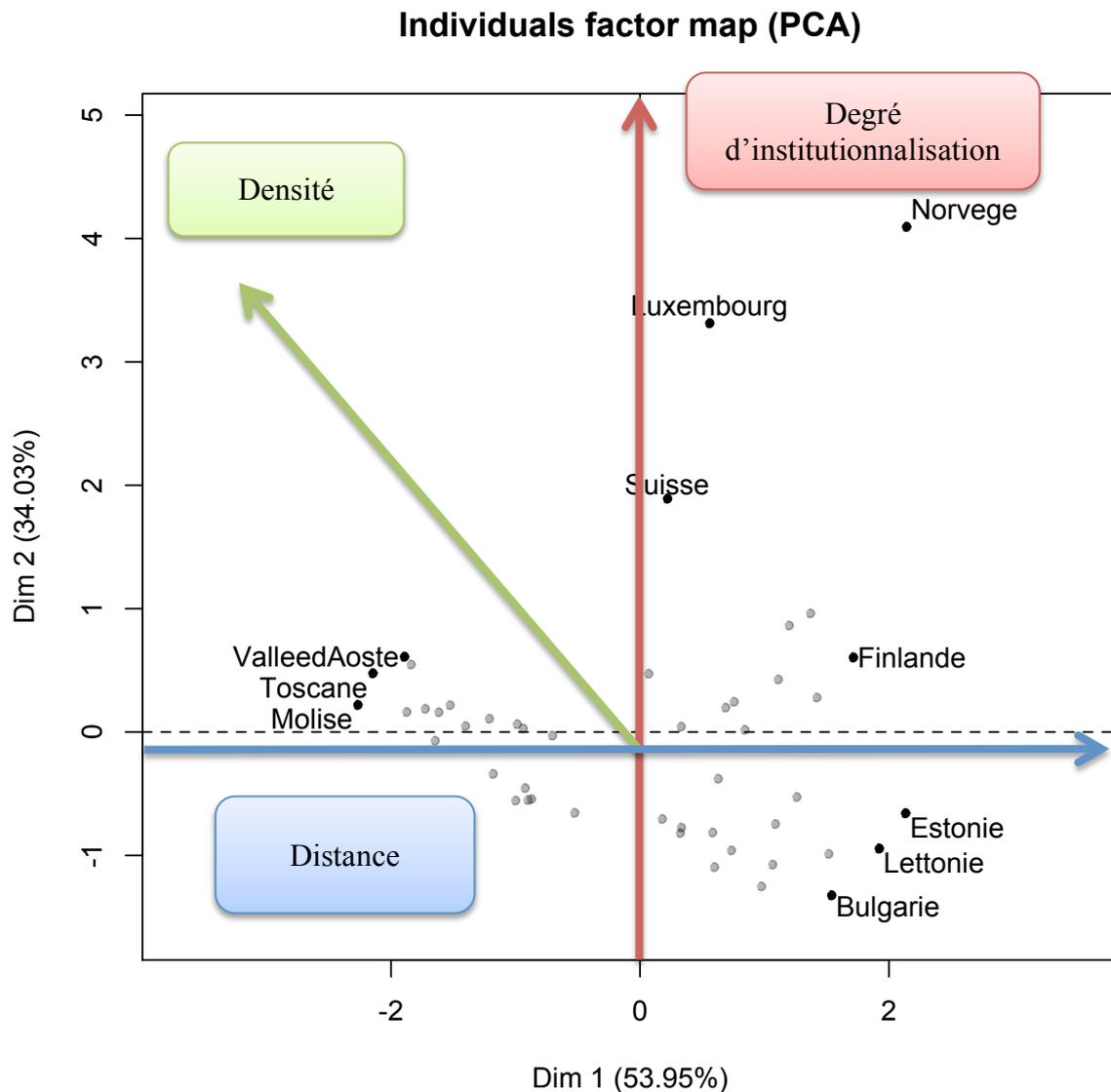


Figure 22 : Matrice par individus de l'ACP à 3 variables

Si l'on inverse la variable distance et qu'elle est envisagée sous le terme de « proximité géographique », alors la matrice prend toute sa valeur explicative : les trois variables qui expliquent de manière significative la variance entre les différents territoires sont respectivement la proximité géographique (comme fonction représentative de la distance), la proximité institutionnelle (représentée par le PIB/ha) et la proximité organisée (représentée par la densité du réseau).

Par un raisonnement abductif, nous avons ainsi identifié que les trois formes canoniques de la proximité (géographique, institutionnelle et organisée) expliquent la variance entre une population d'individus au sein d'un mouvement de travail institutionnel.

Ce résultat montre que l'agencement des régimes de proximité est au cœur du dispositif de constitution du réseau normatif, au sens du travail institutionnel (c'est à dire chargé de diffuser les normes et pratiques).

Notre définition de l'« agencement des régimes de proximité » recouvre les actions intentionnelles d'agencement de modalités géographiques, organisationnelles, institutionnelles, de façon temporaire ou permanente, permettant le rapprochement d'acteurs. Le rapprochement ainsi décrit est une « mise en disponibilité relationnelle » (Talbot, 2009), par opposition à une simple co-présence.

L'objectif de ces agencements est de générer des externalités positives sur le modèle de diffusion du réseau normatif.

Nous allons ainsi montrer dans les parties suivantes comment l'agencement des régimes de proximité permet à la fois la constitution et le développement du réseau mais sert aussi de moyen de contrôle. Enfin, nous démontrerons que la proximité géographique, que nous avons identifiée comme une étape nécessaire pour l'acquisition d'une légitimation personnelle, va s'imposer dans un second temps comme support de renforcement et de développement de la proximité organisée.

7.3.2 Franchissement, détournement, coalition et opérations de contrôle temporaire

La modification des croyances et des scripts afin de les faire passer au stade de « tenu pour acquis » passe par la reconfiguration des croyances des acteurs en les mobilisant autour de trois phases : « *Constructing identities, Changing normative associations et Constructing normative networks* » (Lawrence et al., 2006).

Nos résultats montrent que l'agencement des proximités suit chacune de ces trois phases du travail institutionnel.

La proximité géographique va ainsi permettre d'établir la relation entre un acteur et le champ dans lequel il évolue à travers des opérations de placement et de franchissement physiques et symboliques.

Cette proposition dépasse notre premier constat sur le rôle de la proximité géographique dans l'acquisition de légitimité personnelle, en conférant à la proximité géographique un rôle supplémentaire portant sur la position de sujet de l'entrepreneur institutionnel et sur la relation qu'il établit avec le champ organisationnel. Nous illustrons notre propos à l'aide de l'épisode des « *canté i'eu*v », dans lequel Carlo Petrini a utilisé les ressources d'une tradition culturelle de la région des *Langhe* pour franchir la barrière sociale de ce territoire et se poser comme interlocuteur des producteurs terriens viti-vinicoles de la région. Ce franchissement lui a conféré un rôle associant tradition et transgression, lui permettant d'agir par la suite au nom de l'ensemble des acteurs du territoire.

La proximité organisée va établir de nouvelles associations entre un ensemble de pratiques et les fondations morales et culturelles de ces pratiques tout en « mettant la main » sur un réseau existant à travers une opération de détournement.

Nous retrouvons ici le concept précédemment évoqué de détournement que ce soit de réseau (Ferrary, 2010) ou de sens (Lefebvre 2000) dans les opérations de spécification de l'espace, offrant ainsi une possibilité d'action dépassant l'alternative coopération-conflit.

Membre issu d'un réseau communautaire, l'ARCI, une association culturelle italienne mutualiste née après la guerre, Carlo Petrini en a « détourné » les structures pour créer en 1986 l'ARCI Gola. Au delà du mimétisme organisationnel avec une structure en cellules (les « *condotte* » qui deviendront dans le Slow Food les « *convivia* »), c'est surtout cette opération

de détournement qui a permis d'acquérir très rapidement une forte légitimité se traduisant par un nombre élevé de membres, et de profiter des mécanismes de l'isomorphisme mimétique et normatif (DiMaggio et Powell, 1983) pour diffuser rapidement ses nouvelles idées et pratiques.

L'élargissement de la proximité organisée à des formes réticulaires de partenariats avec des parties prenantes (« *stakeholders* institutionnels ») favorise la création de nouvelles associations organisationnelles par lesquelles les pratiques seront pilotées et qui formeront le groupe de référence pour le contrôle de la conformité, le pilotage et l'évaluation. La proximité temporaire (Torre, 2010) est un des dispositifs permettant de renforcer les mécanismes de contrôle organisationnels.

Les partenariats avec les parties prenantes font suite à la problématisation sur la gouvernance des circuits de commodités alimentaire (Bair, 2010) : comment protéger les revenus des agriculteurs tout en préservant ceux des consommateurs, dans le cadre d'une culture du goût ? La création des réseaux *sentinelles* (« *Presidii* ») en 1999 qui regroupent les producteurs, les membres du réseau Slow Food et de nombreux acteurs institutionnels autour de la production de labels territoriaux permet d'asseoir de nombreuses formes de partenariats avec des acteurs aussi divers que des collectivités territoriales, des groupes privés, des fondations et des organismes européens.

En 2012, le réseau Sentinelle comptait 319 produits labellisés *Presidii*, regroupant 175 acteurs institutionnels. Certains acteurs sont responsables de plusieurs produits. A titre d'exemple, le groupe de distribution COOP en Suisse est le partenaire institutionnel de la labellisation des produits Sentinelle élaborés en Suisse. Cela offre à la COOP une exclusivité sur la distribution de ces produits et le rattache au label Slow Food lui permettant de se différencier du groupe concurrent Migros.

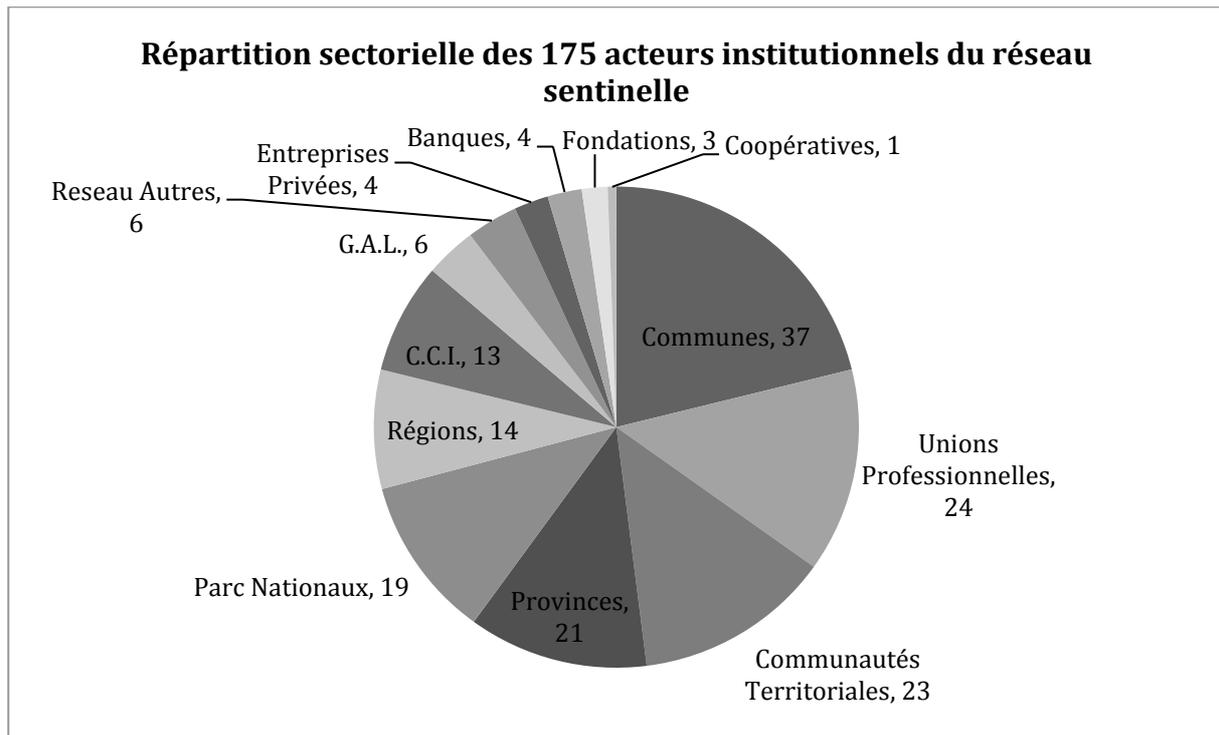


Figure 23 : Origine des acteurs institutionnels coalisés dans le réseau Sentinelle (2012)

La distribution du réseau Sentinelle est fortement corrélée à celle du réseau Slow Food, ainsi que nous avons pu le voir dans l'ACP à neuf variables, les deux modes de proximité organisée se renforçant mutuellement.

La proximité temporaire se manifeste avec le lancement des salons du goût en 1996. Il s'agit de foires internationales se tenant tous les ans à Turin et regroupant les acteurs des différents réseaux coalisés autour du Slow Food. La mise en relation en face à face des acteurs géographiquement éloignés sous forme d'une co-présence temporaire renforce ainsi la cohésion de ces acteurs (Torre, 2010; Schuldt et Bathelt, 2011). La mise en scène des pratiques culinaires (à l'instar des micro-fondations observées dans le cas des food trucks)

conforte la légitimité des pratiques. Enfin, le Piémont Italien confirme sa position centrale d'organe de contrôle au sein du mouvement²⁷.

Dans les phases successives de construction du réseau Slow Food, les différentes formes de proximités ont successivement été mobilisées, remplissant à chaque étape des fonctions identifiées dans le cadre du travail institutionnel (Lawrence et al., 2006). On observe le caractère successif de complément, et non de substitution, des formes de proximité répondant aux besoins successifs du travail institutionnel dans une perspective évolutionniste (Boschma et Frenken, 2010).

7.3.3 La combinaison de la proximité géographique et de la proximité organisée

Le retour inattendu de la proximité géographique au sein de la proximité organisée

Analyse de régression densité / distance du réseau social

Après avoir identifié une relation étroite entre les trois formes de proximité, nous allons déterminer la nature de cette relation. Sur les trois proximités, deux sont de type exogène, dans le sens où ils ont une influence sur le travail institutionnel mais n'étant pas en retour directement influencés par lui : la proximité géographique et la proximité institutionnelle. Ce sont des « intrants » du travail institutionnel, c'est à dire un ensemble de ressources que l'entrepreneur institutionnel va mobiliser pour son projet. La proximité organisée est quand à elle de nature « endogène » puisque c'est bien le travail de l'entrepreneur institutionnel qui la façonne. Nous allons donc tester l'influence des variables « intrant » sur la variable dépendante, la proximité organisée, en effectuant une régression linéaire multiple par la méthode des moindres carrés.

²⁷ Nous rappelons que le siège du mouvement Slow Food est à Brà, localité de la province de Cuneo, située à 50 km de Turin.

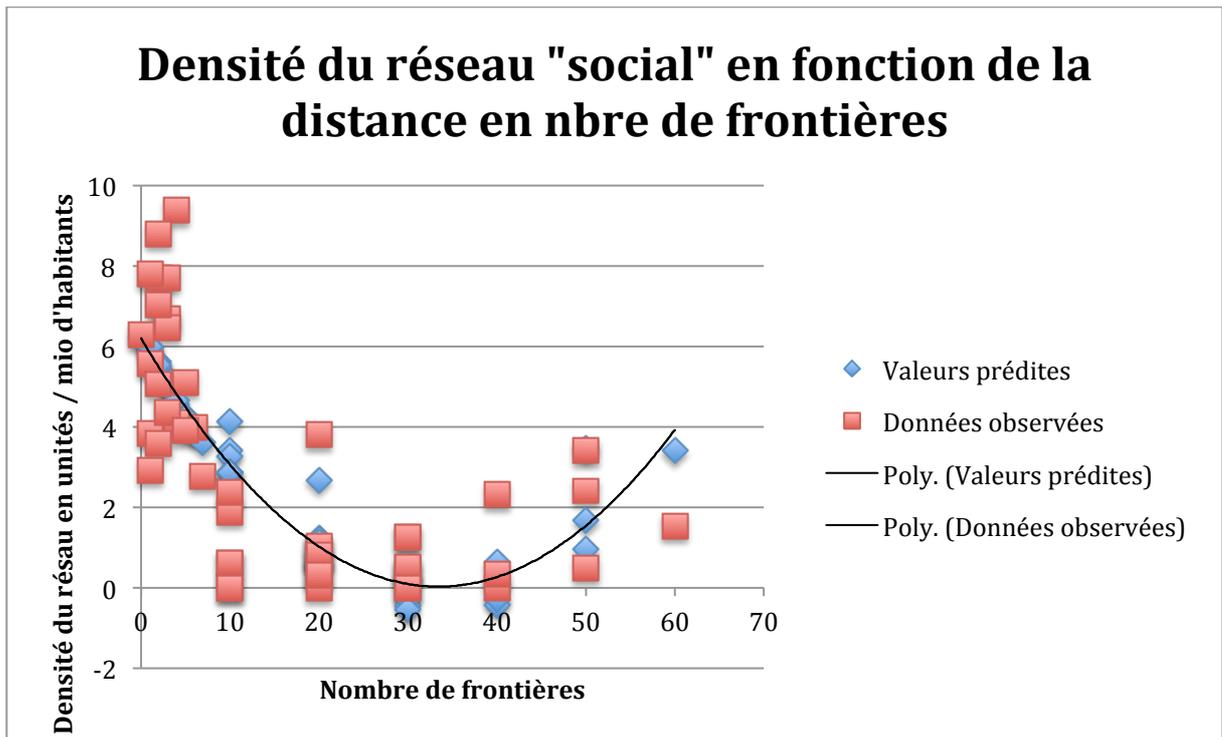


Figure 24 : Corrélation densité du réseau social et nombre de frontières

L'observation du nuage de points en Figure 24 fait apparaître un nuage parabolique (en U), ce qui laisse présager que l'équation retenue est de type $y=ax^2+bx+cx+d$.

La matrice des variables de l'ACP en Figure 21 confirme l'absence de corrélation entre les trois variables de la régression linéaire (par observation des angles des vecteurs centrés, le coefficient de corrélation étant égal au cosinus de l'angle formé entre les vecteurs et l'axe de chacune des dimensions portée sur la matrice par variables).

L'analyse des résidus en Figure 25 permet de « valider *ex post* les hypothèses du modèle de régression et ainsi valider les tests de significativité » (Tribout, 2013: 644). Hormis un point extrême (correspondant à la région Molise), l'absence d'hétéroscédasticité suggère que l'hypothèse d'une variance constante entre les variables est raisonnable.

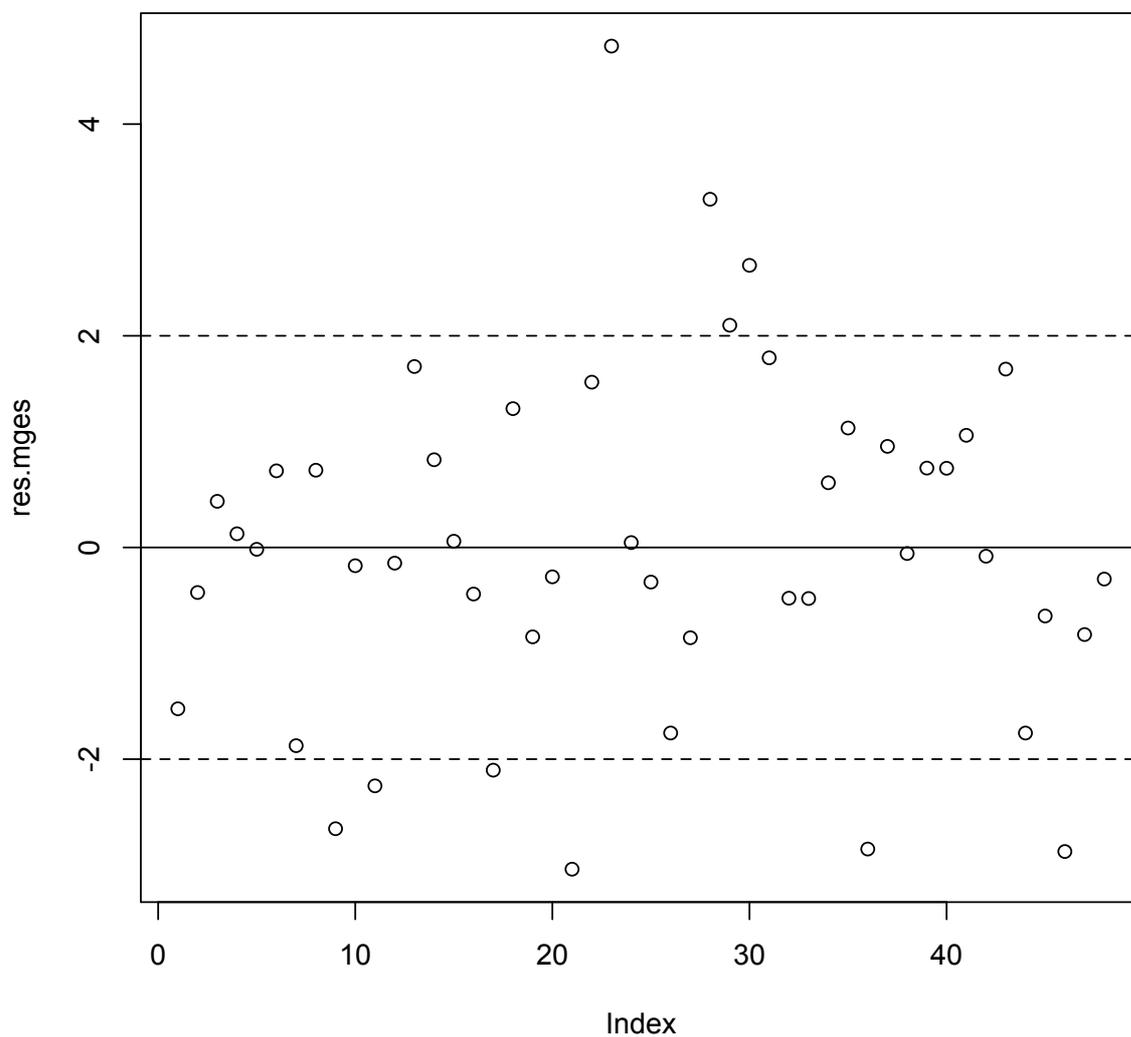


Figure 25 : Résidus de la régression de la densité par la distance et le PIB/ha.

Les tests statistiques présentés en Tableau 19 sont significatifs.

	Régression linéaire multiple Variable expliquée = réseau social
Variables explicatives	Distance en nombre de frontières PIB
Constante	5,617697***
Distance	-0,379483***
<i>Distance</i>²	0,005607***
PIB/ha	2,84852e ⁻⁰⁵ ***
<i>R</i>²	0,658207
N	48

***p<0,05

Tableau 19 : Coefficients statistiques et tests de validité

Les résultats de la régression ne changent pas si l'on retranche de la régression linéaire la variable PIB/ha : la forme parabolique de la courbe de tendance se maintient.

Ainsi, cette régression linéaire multiple confirme non seulement l'hypothèse que nous avons émise en ACP, à savoir que la proximité organisée diminue en fonction de la distance (ou augmente en fonction de la proximité géographique), mais elle permet en complément de révéler que cette relation s'effectue sous la forme d'une fonction quadratique. Or, le propre de ces fonctions est l'existence d'un seuil *au-delà duquel cette relation s'inverse*.

Ainsi, on observe qu'à partir de l'indice 40 correspondant à 4 frontières internationales, la proximité organisée (sous sa forme de variable de densité) remonte à des niveaux correspondant à des proximités géographiques. A valeur indiciaire 60, le taux de densité prédit est environ celui correspondant à une proximité géographique dont la valeur serait l'indice 10 (1 frontière internationale ou 10 régions italiennes).

Ce résultat statistique offre une lecture en termes organisationnels de la relation proximité géographique / proximité organisée : **en associant des valeurs opposées de la variable explicative (ici la proximité géographique), un optimum est atteint sur la variable expliquée (la proximité organisée).**

Ce constat est similaire à la proposition de Uzzi (1997) sur le modèle d'innovation ou l'observation d'une relation en courbe en U inversé permet de prédire que l'association des relations de nature opposée sur l'axe des abscisses (la proximité sociale vs. la relation de type de marché) est de nature à atteindre un optimum en matière d'innovation (Boschma, 2005).

Nous voyons dans ce dernier résultat la dimension organisationnelle de l'agencement des proximités. La caractéristique de ces agencements de proximité est le contrôle de l'accès aux ressources, puis le contrôle de la dynamique du réseau normatif.

Nous avons vu des actions successives : tout d'abord des opérations de détournement de réseau et de coalition, d'essence éminemment politique, qui sont des formes de proximité organisée ; les proximités institutionnelles représentant des intrants puissants dans la problématisation de l'action collective ; enfin, la proximité géographique qui fournit un avantage secondaire si l'on associe de façon combinée le proche et le lointain au sein de la proximité organisée.

Se doter de la compétence d'agencement des proximités facilite l'accès à la ressource hors marché dans la compétition avec les parties prenantes.

Ainsi, l'espace, dans sa dimension compétence (Lussault et Stock, 2010) devient un outil puissant de préemption des ressources non marchandes, nécessaire au travail institutionnel.

Le rôle de l'espace sur les institutions nous apparaît dès lors comme celui d'un catalyseur de l'action.

L'entrepreneur institutionnel exerce une compétence de type organisationnel en reconfigurant les proximités. Ces reconfigurations permettent de modifier les conditions du champ organisationnel, en constituant un réseau, et de favoriser les étapes de construction de légitimité (de personnelle vers cognitive), préalables et nécessaires à l'adoption de nouvelles formes institutionnelles.

CONCLUSION GENERALE

Rappel de la genèse du projet de recherche.

Ce travail de recherche doctoral prend son origine dans une interrogation issue d'observations de faits *a priori* non expliqués : les opérations d'agencement des représentations spatiales telles que nous avons pu l'observer dans les rayons de Eataly à Turin sont-elles de nature à modifier la représentation des pratiques, jusqu'à entraîner l'élaboration de nouveaux scripts cognitifs ? Ce constat nous avait amené à nous interroger sur les compétences de l'entrepreneur à l'origine du projet, en nous demandant si l'action ainsi effectuée sur l'espace ne serait pas constitutive d'une forme d'entrepreneuriat institutionnel. Or, très vite, il est apparu que la théorie néo-institutionnelle s'était peu intéressée à cette question, bien que les concepts d'encastrement et d'agence permettent d'envisager la possibilité d'une action structurée portant sur l'agencement des distances et dont la finalité serait de nature à modifier, créer ou maintenir les institutions. Par ailleurs, l'actualité en matière de systèmes d'information géographique et d'outils de géolocalisation embarquée nous fournit de multiples illustrations dans lesquelles des informations à caractère spatial (positionnement, évaluation des distances, coprésence ...) reconfigurent les espaces stratégiques, allant même poser les conditions d'une confrontation directe avec les institutions²⁸. Le recoupement entre ces hypothèses théoriques d'agence utilisant l'espace et les indices concordants des effets des systèmes d'information spatiale nous a incité à approfondir la question. En effet, la littérature existante ne nous a pas apporté des éléments de réponse exhaustifs permettant de comprendre le phénomène observé. Ainsi, les travaux portant sur le travail institutionnel s'intéressent peu à la question spatiale et à l'effet que ce facteur peut avoir sur les champs organisationnels, la

²⁸ Voir notre Encadré 1 sur le cas Uber.

capacité d'action de l'entrepreneur institutionnel ou le résultat du travail institutionnel. En théorie des organisations, l'espace est généralement considéré comme un support de la dimension organisationnelle, générant contraintes ou externalités. La distance intersites, la localisation des activités, l'internationalisation sont étudiés dans leur rapport à la production de certains outputs de performance. La question de la hiérarchie de ces externalités est débattue en relation avec la prévalence de certaines formes de proximité sur d'autres arrangements organisationnels (comme le projet). Des rapprochements interdisciplinaires récents avec les travaux de la géographie sociale ont permis d'enrichir les concepts et les angles d'approche de la question spatiale dans la gestion et ont ouvert de nouveaux agendas de recherche. C'est en s'appuyant sur cette démarche de confrontation théorique interdisciplinaire avec des faits observés que nous avons construit notre travail.

Nous avons donc opté pour une **recherche exploratoire hybride** (Charreire-Petit et Durieux, 2014) procédant par allers et retours entre les faits observés et les éléments théoriques et permettant de progresser pas à pas dans l'élaboration de nos constats et résultats. Nous avons par ailleurs retenu une **démarche abductive**, dans laquelle nous nous appuyerons sur des cadres théoriques afin d'éclairer les faits et en déduire les cas. Notre question de recherche élargie a été ainsi posée :

Quel est le rôle de l'espace sur les institutions ?

Dans un premier temps, nous avons effectué une revue de littérature interdisciplinaire afin de délimiter un premier espace conceptuel contenant les éléments théoriques représentatifs des cas identifiés. Nous avons retenu trois ensembles disciplinaires : la théorie néo-institutionnelle, la géographie sociale et l'économie des proximités. Il s'en est dégagé un premier faisceau de convergences théoriques qui nous ont permis de poser trois questions de recherche complémentaires :

Quel est le rôle des rapports de production de l'espace sur le travail institutionnel ?

Quelles compétences spatiales sont mobilisées par l'entrepreneur institutionnel ?

Quel est le lien entre la proximité et la légitimité ?

Puis, pour répondre à ces questions, nous avons mené des études de cas à visée théorique (Eisenhardt, 1989). Le choix des cas s'est opéré en s'assurant de la conformité théorique (Yin, 2009). Par ailleurs, en privilégiant une parenté des contextes (Passeron, 1991), nous avons sélectionnés nos cas du secteur des « *food studies* ».

Afin d'enrichir les résultats, nous avons opté pour une **méthodologie mixte** (Johnson et al., 2007) associant des traitements qualitatifs des données (Miles et Huberman, 2003) et des

traitements quantitatifs de nature statistique exploratoire. Ce choix méthodologique s'est avéré fructueux dans une démarche de type exploratoire puisqu'il a permis de mesurer des phénomènes convergents à l'aide de méthodes complémentaires, renforçant ainsi la validité des résultats.

Quelles réponses sommes-nous en mesure d'apporter à l'issue de la recherche ?

Les réponses issues de l'empirie

A la première question du rôle des modalités de la production de l'espace sur les phases du travail institutionnel nous avons dans un premier temps apporté des éléments de réponse en définissant le rôle de l'espace dans le travail institutionnel. **Il s'agit une ressource hors marché soumise à une concurrence entre parties prenantes.** Nous avons montré que l'appropriation de cette ressource procure des avantages, de légitimité notamment, nécessaires à l'exercice de la dimension politique du travail institutionnel. C'est dans cette perspective que l'action de *vesting*²⁹ prend tout son sens : **obtenir un droit sur les ressources spatiales.**

Nous avons ensuite relevé une étape additionnelle du processus du travail institutionnel, jusqu'ici non identifiée, préalablement à l'obtention du droit sur la ressource spatiale : **la nécessaire compréhension des régimes d'appropriation, en vue de les modifier ou d'en influencer l'attribution à l'avantage de l'entrepreneur institutionnel.**

Nous avons ensuite répondu à la **seconde question de recherche.** Une fois la légitimité de sujet acquise par l'entrepreneur institutionnel ou les acteurs collectifs du travail institutionnel,

²⁹ Une des phases du travail institutionnel en création d'institutions (Lawrence et al., 2006)

quelle peut être la finalité de l'espace dans le travail institutionnel, notamment au regard la mise en œuvre de ses compétences de « métrise spatiale³⁰ »?

Nous avons montré que les compétences spatiales de l'entrepreneur institutionnel (ou du collectif) telles que l'agencement des distances et le franchissement, sont nécessaires pour organiser des régimes de proximité.

Puis, nous avons établi que ces régimes de proximités permettent de fédérer les parties prenantes dans des coalitions, de développer un réseau normatif dédié au travail institutionnel et d'en contrôler le fonctionnement et la diffusion.

Nous avons défini ces régimes de proximité comme étant des processus dynamiques associant proximités organisées et proximités temporaires dans une démarche adaptative, fonction des besoins du travail institutionnel. L'espace devient ainsi, dans les mains de l'entrepreneur institutionnel, un outil d'enrôlement et de contrôle.

En réponse à la troisième question relative au lien entre proximité et légitimité, nous avons mis en évidence plusieurs relations : tout d'abord, l'existence d'une relation forte entre la proximité géographique et la légitimité personnelle. Ensuite, nous avons montré que la proximité organisée était le vecteur de la diffusion des normes et des pratiques, conférant ainsi une forme de légitimité cognitive. Enfin, nous avons mis en évidence une fonction quadratique de la proximité géographique sur la proximité organisée, rappelant l'importance de l'association des proximités géographiques et organisées afin d'accroître les résultats portés sur la légitimité cognitive (le *taken for granted*). Cette dernière constatation nous a permis de confirmer le rôle de l'espace comme variable organisationnelle du travail institutionnel.

³⁰ Voir notre paragraphe consacré à l'ensemble des compétences individuelles spatiales, en particulier les approches de Michel Lussault.

L'ensemble des résultats issus de l'empirie est résumé dans le tableau suivant.

Liste des propositions	Références académiques	Résultats	Page
L'espace est une ressource	(Barney, 1991)	L'espace comme ressource remplit les conditions de la VRIO	180
La ressource espace a besoin d'être spécifiée pour générer des interactions significatives	(Colletis-Wahl et Perrat, 2004)	Le processus transforme l'espace de ressource latente à ressource activée, générique puis spécifiée	192
L'activation de la ressource latente provient d'un déséquilibre dans le portefeuille de ressources de l'entrepreneur	(Teece, 2007; Felin et al., 2012)	L'activation de l'espace intervient en substitution de la ressource financière	192
L'activation de la ressource espace peut emprunter deux voies : le resource picking ou le capability building	(Makadok, 2001)	Le <i>resource picking</i> rend la ressource générique tandis que le <i>capability building</i> spécifie la ressource	192
La proximité géographique favorise la légitimité personnelle	(Gilly et Torre, 2000; Rallet et Torre, 2004; Deephouse et Suchman, 2008; Suchman, 1995)	La proximité géographique dote d'un statut de sujet dans le champ organisationnel	180
La mobilité ne favorise pas la légitimité	(Sergot et al., 2012; Cresswell, 2010; Hannam et al., 2006; Costas, 2013)	La variable temps joue contre l'accès à la légitimité	180
La ressource espace se situe dans un environnement hors marché et hors droits de propriété	(Huault et Leca, 2009)	Cette ressource est difficilement cessible et reste éphémère	202
.La concurrence entre les parties prenantes régit le mode d'appropriation de l'espace		La problématisation et la construction de coalitions sont des préalables à la préemption de l'espace	202
L'agencement des régimes de proximité permet de contrôler l'accès à la ressource espace	(Rallet et Torre, 2004; Gilly et Torre, 2000; Bouba-Olga et Zimmermann, 2004; Torre, 2009; Torre, 2010; Talbot, 2009; Talbot, 2015)	Le contrôle s'effectue par le truchement des proximités organisées, en s'appuyant sur les proximités temporaires	220

Liste des propositions	Références académiques	Résultats	Page
La proximité organisée renforce les propriétés de la proximité géographique	(Torre, 2010; Filippi et Torre, 2002)	La proximité organisée est un accélérateur de la proximité géographique dans l'acquisition de légitimité	180
La proximité géographique est une modalité organisationnelle renforçant la proximité organisée	(Boschma et Frenken, 2010; Boschma, 2005; Ter Wal et Boschma, 2009)	En associant les distances lointaines et proches, un optimum de densité de proximité organisée est atteint	220
L'entrepreneur institutionnel s'appuie sur des compétences spatiales pour agencer les régimes de proximité en vue de consolider sa position vis-à-vis des parties prenantes	(Leca et al., 2006; Garud et al., 2007; Levy et Scully, 2007; Hardy et Maguire, 2008; Maguire et Lawrence, 2004; Leca et al., 2008)	Actions de franchissement, de placement et de réduction des distances via l'établissement de proximités organisées et temporaires	208
L'identification des logiques de droit acquis sur l'espace est une nouvelle phase identifiée du travail institutionnel	(Talbot, 2008; Lawrence et al., 2006; Schneiberg et Soule, 2005; Kaghan et Lounsbury, 2010)	Complément à la phase de revendication politique, dotation d'un sens au <i>vesting</i>	205

Tableau 20 : Synthèse des résultats issus de l'empirie

Les apports théoriques

Les apports théoriques de notre travail doctoral peuvent être classés en trois catégories :

- l'espace en tant que ressource,
- la proximité permettant la légitimité,
- l'espace comme enjeu de l'action de l'entrepreneur au sein du champ organisationnel.

Espace en tant que ressource

Notre premier apport théorique concerne la définition de l'espace comme une ressource. Nous avons vu que cette ressource est réputée neutre, tant qu'elle n'est pas spécifiée par un acteur ou un groupe d'acteurs (Colletis-Wahl et Perrat, 2004).

Nous avons établi un lien entre la spécification de la ressource et le recours aux capacités dynamiques, en particulier le processus *capability building* (Makadok, 2001) permettant de spécifier la ressource, par opposition au *resource picking* qui maintient la ressource dans un état générique.

La mise en évidence de ce lien a deux conséquences, la première relative à la nature des micro-fondations mobilisées, la seconde concernant la variable temporelle associée à la ressource.

Les compétences spatiales cognitives sont des micro-fondations des capacités dynamiques.

Concernant le type de micro-fondations à l'œuvre dans le *capability building*, nous avons pu démontrer que ce sont essentiellement des micro-fondations cognitives qui permettent de spécifier l'espace ressource, à l'exemple des compétences de navigation (Amorim, 1999), ou des dimensions cognitives dans l'identification des espaces commerciaux (Potter, 1982; Mérenne-Schoumaker, 2003). Nos travaux permettent d'établir un lien entre les compétences

spatiales cognitives (Lussault et Stock, 2010) et les micro-fondations individuelles des capacités dynamiques (Felin et al., 2012). Ainsi, les compétences de franchissement se sont révélées particulièrement significatives en matière d'activation et de spécification des ressources dans nos deux terrains d'étude.

Le temps crée une asymétrie d'accès à la ressource-espace et contrevient ce faisant à la théorie dynamique des champs organisationnels.

Le temps intervient dans deux processus concernant l'espace-ressource : les processus d'usage et d'échange d'une part, et les processus de domination et d'appropriation d'autre part.

L'espace se caractérise par une distinction entre sa valeur d'usage et sa valeur d'échange (Lefebvre, 2000) : la valeur d'échange (que l'on trouve dans le *resource picking*) permet l'acte d'achat conférant la propriété. Or, l'acquisition n'est en réalité qu'une occupation temporelle de cet espace (plus ou moins longue, comme l'illustre le principe en droit anglais du *leasehold*, limité à 99 ou 125 ans, par opposition au *freehold*) qui permet de repousser selon une échéance temporelle variable toute autre forme d'appropriation (Foss et Foss, 2005). La valeur d'usage, qui exprime la spécification de la ressource espace, est obtenue par l'appropriation, c'est à dire l'occupation par un groupe constitué. Le processus d'appropriation nécessite par nature un horizon temporel plus long que l'acquisition dont les effets sont immédiats (Lefebvre, 2000).

Par ailleurs, un espace peut être dominé par le biais d'une pratique et au travers de l'exploitation d'une technique, contrairement à l'appropriation qui s'appuie sur une action collective de revendication ; or, historiquement, la domination l'emporte sur l'appropriation (Lefebvre, 2000).

Ainsi, dans une conception de l'espace intégré dans un mode de production, les détenteurs de capitaux, combinant capital et maîtrise d'une technique, ont plus facilement accès aux ressources spatiales que les acteurs ne comptant que sur leurs capacités dynamiques et leur action collective pour s'approprier l'espace.

Le temps favorise ainsi une asymétrie des modes de concurrence pour la captation de la ressource-espace et tend à reproduire les rapports de production de l'espace entre les détenteurs de capitaux associés aux techniques et les groupes « *challengers* ». Or, nous rappelons que l'accès aux ressources est une des formes essentielles d'obtention du pouvoir au sein d'un champ organisationnel, notamment dans les phases « d'externalisation », dans un contexte de faible institutionnalisation où la compétition est ouverte entre l'ensemble des acteurs (Huault et Leca, 2009). De ce fait, l'asymétrie produite par la variable temporelle dans les modes d'accès à la ressource-espace tend à privilégier de manière systémique les détenteurs de capitaux et de technique, quelle que soit la nature et le degré de maturité du champ.

Néanmoins, il existe une troisième voie ouvrant une brèche dans ce déterminisme historique : le **détournement**. « Détournement et réappropriation peuvent servir d'enseignements pour la production d'espaces nouveaux (...) le détournement ne met fin que provisoirement à la domination » (Lefebvre, 2000: 194). Les modes privilégiés de détournement sont l'art et l'esthétique.

Cette notion de détournement offre une nouvelle option dans les stratégies de concurrence. Ainsi, en complément des modes relationnels de la concurrence que sont l'affrontement, la coopération et l'évitement, et du mode hybride qu'est la coopération (Koenig, 1996), le détournement semble préfigurer une nouvelle forme de relation concurrentielle temporaire. Il nous semble en effet que le détournement est différent par nature de l'évitement : dans une

stratégie de compétition spatiale, si l'évitement consiste à trouver un autre lieu, le détournement consisterait quant à lui à apporter un nouveau *sens* à un lieu déjà existant.

Proximité et légitimité

Notre seconde contribution théorique est de souligner le rôle des agencements des formes de proximité dans le travail institutionnel. En particulier, nous avons démontré le rôle premier de la proximité géographique dans l'obtention de légitimité.

Réhabiliter la proximité géographique

Notre recherche a montré la contribution de la proximité géographique à deux niveaux : l'obtention de légitimité et le renforcement de la proximité organisée. Ce point de vue permet de réhabiliter la proximité géographique dans une perspective dynamique. Alors qu'elle est généralement perçue comme statique par sa nature géographique, tant positionnelle que relationnelle (Loilier, 2010), **nous proposons une conception de la proximité géographique non pas seulement comme un *état*, mais comme un *devenir*.**

Cette approche dynamique est renforcée par le rôle du temps dans la construction des formes de proximité géographique : à la définition d'une proximité déterminée *par* le temps³¹ nous ajoutons une définition de la proximité *dans* le temps. En effet, seule la dimension temporelle de la proximité géographique explique l'obtention de légitimité. Ce facteur temporel explique pourquoi la mobilité a contrario ne permet pas l'accumulation de légitimité, dans la mesure où la mobilité suppose des ruptures de séquences temporelles.

En termes méthodologiques, cette importance de la dimension temporelle ouvre la piste d'une étude des proximités géographiques dans des perspectives longitudinales ou historiques.

³¹ La définition de la proximité géographique est la distance pondérée *par son temps de franchissement* et par le coût économique engendré (Rallet et Torre, 2004).

Notre réhabilitation de la proximité géographique s'effectue également par la mise en valeur du rôle, jusqu'ici peu souligné, qu'elle remplit dans la proximité institutionnelle. En effet, l'obtention d'un degré de légitimité par la proximité géographique constitue le premier pas dans le jeu politique pour des acteurs dépourvus d'une position affirmée dans un champ organisationnel. Or, la proximité institutionnelle se définit par la coexistence d'un espace cognitif partagé et d'un mode d'exercice politique de ces règles cognitives (Talbot, 2008). **De ce fait, il nous apparaît opportun d'envisager la proximité géographique comme moyen d'accéder à des fonctions de gouvernance politique des institutions (Talbot, 2010).** Cette approche ne se limite pas à une vision clientéliste de la politique où ne seraient favorisés que les « locaux ». En effet, des modes de proximité géographique *transgressives* sont un moyen de réviser les positions de pouvoir occupées par un groupe d'acteur. Ainsi nous avons mesuré les effets du franchissement des barrières géographiques et sociales effectué par Carlo Petrini, ou le potentiel de la reconfiguration des espaces de représentations selon les enseignements de Henri Lefebvre.

Champs organisationnels et entrepreneur institutionnel

La proximité géographique procure des formes de légitimité personnelle à l'entrepreneur institutionnel et permet ainsi d'asseoir sa position au sein du champ organisationnel. Cette faculté de la proximité offre une alternative à l'encastrement social et offre à l'entrepreneur institutionnel la possibilité de transformer sa position dans le champ en faisant appel à des compétences individuelles. En effet, la notion de proximité voulue, par opposition à la proximité subie, offre des degrés de liberté individuelle permettant de s'affranchir d'une conception strictement déterministe de l'encastrement social. Nous adjoignons donc

l'ensemble des compétences cognitives spatiales (ou de « métrise »³²) aux compétences sociales de l'entrepreneur institutionnel (Battilana, 2006). Ces compétences permettent de connecter des champs organisationnels différents, ainsi que nous l'avons vu dans le cas du franchissement avec Carlo Petrini, et d'apporter des réponses aux problématiques d'encastrement.

La prise en compte des espaces conçus

La théorie de la production de l'espace (Lefebvre, 2000) nous a permis d'identifier un groupe d'acteurs dont l'importance dans le champ organisationnel est rarement relevée dans la littérature et dont l'influence dans le processus de travail institutionnel est pourtant considérable : les concepteurs d'espace. La théorie des champs organisationnels envisage généralement deux groupes en conflits, les dominants et les dominés ou *incumbent groups* et *challenger groups* (Maguire et Lawrence, 2004) dont la légitimité respective est *traduite* par un troisième groupe (les médias principalement) arbitrant parmi les discours tenus par l'un ou l'autre des groupes en conflit (Deephouse et Suchman, 2008). **L'apport de la théorie de la production de l'espace permet d'identifier un nouveau groupe d'acteur dans le champ (Greenwood et al., 2002), les concepteurs d'espaces (architectes, urbanistes, designers...), et de proposer une grille de lecture des différentes formes de représentation de l'espace utilisées pour défendre le statut des *incumbents* ou *challengers*.**

Notre propos ici est d'engager une déconstruction de l'espace pour produire une analyse des relations de pouvoir dans les organisations (Lauriol et al., 2008a)

Ce questionnement sur les formes de représentation de l'espace est à notre sens une des étapes préalable à toute action pour l'acteur social ou l'entrepreneur institutionnel. En posant la question de la commande notamment, il peut identifier les rôles et les positions des différents

³² Selon la terminologie de Michel Lussault.

groupes. Ainsi dans le cas des *open space*, nous avons pu voir que le langage esthétique recouvre une commande en vue d'un objectif de contrôle sur les processus de production (Gregory, 2011).

Cette démarche vient, à notre avis, compléter l'approche par les logiques institutionnelles (Thornton et Ocasio, 2008) : en tant que système de valeur, les logiques institutionnelles sont enchâssées dans les espaces vécus et perçus et de fait soumises à l'ensemble des modèles de représentation de l'espace.

Pour atteindre cette démarche critique, l'entrepreneur institutionnel doit décrypter les espaces de représentations, notamment en appréciant les manifestations de la matérialité et en adoptant une démarche d'analyse esthétique.

Plus globalement, la validation, au cours de notre recherche, des propositions de la théorie de la production de l'espace nous invite à compléter les approches théoriques sur les champs organisationnels en l'intégrant dans une théorie institutionnelle « systémique » : *« Attention to the role of accumulation dynamics, valorization pressures, and profit strategies, requires a distinction is made between systemic institutionalism and contingent institutionalism (...). By systemic institutionalism, we mean to refer to those forms of institutional analysis that are attuned to whether and how particular institutional forms are related or embedded in a material mode of production that is common across countries in spite of distinct national legacies »* (Vidal et Peck, 2012: 605).

En effet, la question demeure de savoir si l'espace est une des ressources constitutive de tel ou tel champ disciplinaire. Le choix dans notre recherche de terrains d'étude dans lesquels la spatialisation détermine le rendement des activités ne permet pas d'apporter de réponse définitive. Néanmoins, si l'on se réfère encore à la théorie de la production de l'espace, force est de constater que l'approche historique proposée par Henri Lefebvre situe bien l'espace au

niveau des composantes du capitalisme moderne avec le capital, le travail et le temps. Dans cette dernière acception, l'espace se situerait au delà des champs organisationnels.

Dans un cas comme dans l'autre, la prise en compte a priori d'un rôle structurant de l'espace sur les institutions, comme forme « pré existante » des interactions et des distributions de ressource, se doit d'être prise en compte par l'entrepreneur institutionnel : « *Most importantly, preexisting rules of interaction and resource distributions, operate as sources of power, and when combined with a model of actors, serve as the basis by which institutions are constructed and reproduced* » (Fligstein, 2001: 5).

L'ensemble des contributions théoriques issues de ce travail doctoral sont résumées dans la figure suivante.

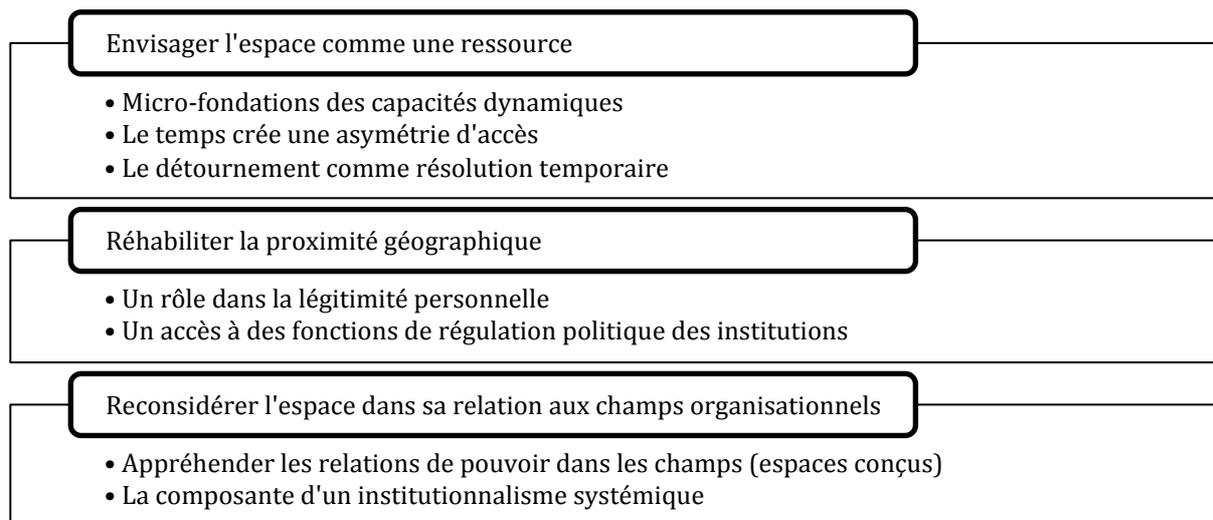


Figure 26 : Synthèse des apports théoriques

Quelles sont les limites de la recherche ?

Maintenir la position d'observateur

La principale difficulté a été de maintenir une position d'observateur dans l'étude qualitative auprès des acteurs de la scène food truck francilienne. Nous avons déjà évoqué dans le chapitre de méthodologie dans quelle mesure la recherche ne s'est pas transformée en projet de recherche action (Allard-Poesi et Perret, 2004; Lemery et al., 1997). Les interlocuteurs interrogés faisant part avec beaucoup d'honnêteté de leurs difficultés dans leur pratique et compte tenu de l'expérience accumulée et de l'empathie à l'égard de leur problématique, il est difficile de ne pas souhaiter se transformer soi-même en entrepreneur institutionnel. En effet, le degré d'adhésion au projet personnel et aux modalités du changement institutionnel proposé, basé sur de nouvelles formes de coprésence et de proximités, ne peut que faire souhaiter la réussite de l'action collective. Les nombreuses informations collectées sur le mouvement slow food, notamment concernant les modes d'actions aux Etats Unis, favorisent la tentation d'agir comme un *boundary spanner*, à même d'apporter au mouvement collectif les éléments faisant défaut dans les phases critiques. Le choix de rester dans la position de l'observateur non participant implique un sacrifice sur des projections individuelles et la représentation du positionnement du chercheur. Le maintien d'un lien avec certains répondants, en suivant de près leur activité et en se rendant régulièrement sur leur site permet de résoudre cette tension entre le statut d'observateur et les projections personnelles.

Résultats à approfondir

Afin d'effectuer une confirmation des patterns observés dans la phase quantitative, il paraît utile d'effectuer une nouvelle analyse statistique des données du Slow Food en intégrant une dimension temporelle aux campagnes de mesure, en prévoyant des intervalles de deux ans

(données 2014, 2016 à titre d'exemple) ou en obtenant des données statistiques approfondies auprès du mouvement Slow Food.

Une réplique de la méthodologie utilisée pour la mesure des formes de proximités sur d'autres formes réticulaires permettrait d'enrichir les résultats par comparaison avec d'autres cas. Cette réplique pourrait s'effectuer soit en comparant les résultats issus de plusieurs réseaux à finalité de travail institutionnel, soit en comparant les résultats issus de réseaux à finalité de travail institutionnel aux résultats issus de réseaux distincts n'ayant pas un objectif de changement institutionnel (par exemple, un réseau à finalité professionnelle).

Quelles sont les voies futures de la recherche ?

Le cas Robert Parker a été abandonné car les résultats préliminaires confirmaient des éléments théoriques déjà identifiés sur la performativité du discours dans le travail institutionnel (Slimane, 2012). Néanmoins, nous présentons un rôle performatif des modes d'agencements de l'espace sur les structures du discours, concourant ainsi à la capacité de la rhétorique du langage à façonner le travail institutionnel (Suddaby et Greenwood, 2005). Ce type de recherche nous paraît extrêmement intéressant et fournirait un cadre de recherche ultérieure, mobilisant les méthodologies d'analyse du discours (Phillips et Hardy, 2002).

L'étude des relations entre les différentes formes de proximité et les différentes formes de légitimité pourrait être approfondie. Nous n'avons en effet pas pu tester l'intégralité des relations ébauchées dans la Figure 6. Ainsi, une étude qualitative (entretiens ou enquête par questionnaire) portant sur des éléments de proximité s'appuyant sur l'expérience vécue par les acteurs du réseau Slow Food, permettrait de dégager des éléments qualitatifs sur les effets des différentes formes de proximité sur la légitimité, tout en bénéficiant du matériau déjà accumulé sur ce terrain. Ce projet de recherche ultérieur consisterait en une imbrication de cas de type « *embedded unit* » (Yin, 2009).

Une recherche sur les compétences cognitives dans les micro-fondations est en cours en collaboration avec Aurore Haas, doctorante à l'Université Paris-Dauphine. Cette étude porte sur l'impact des compétences cognitives managériales sur la capacité à façonner l'environnement (Helfat et Peteraf, 2014). Un premier article (Haas et Pokrovsky, 2016) a été retenu pour être présenté lors de l'atelier thématique 2016 du groupe de recherche de l'AIMS « Ressources, compétences, et capacités dynamiques »³³.

Enfin, nous souhaitons approfondir nos recherches quant au rôle de l'esthétique dans l'analyse critique des organisations et l'exercice des relations de pouvoir au sein des champs organisationnels (Strati, 1992; Carr et Hancock, 2002). En effet, l'esthétique fait le lien entre l'expérience personnelle et une forme de représentation mise en scène par un tiers ou un médiateur. A ce titre, le miroir est une figure révélatrice de l'espace, comme le tableau du peintre, en créant des rapports de symétrie, un effet de mirage, en formalisant un langage, une conscience de soi, du temps et de l'espace. Or, la mise en scène n'est pas fortuite. Une des pistes de recherche qui nous intéresse tout particulièrement concerne le théâtre ou l'espace théâtral en tant que forme de représentation de l'espace et des rapports sociaux. L'organisation, ou l'entreprise est ainsi paradoxalement rarement mise en scène dans des œuvres, à l'exception de certains auteurs comme Michel Vinaver³⁴ et cette exception mérite à notre avis une exploration.

³³ Association Internationale de Management Stratégique – <http://www.strategie-aims.com> en association avec la chaire newPIC - www.newpic.fr

³⁴ Michel Vinaver est un auteur de théâtre français ayant exercé des fonctions de dirigeant d'entreprise parallèlement à son activité d'écrivain (il a été PDG de Gillette en France puis a présidé ST Dupont après avoir négocié son rachat par Gillette).

ANNEXES

ANNEXE 1 : DICTIONNAIRE DE LA GEOGRAPHIE ET DE L'ESPACE DES SOCIETES	247
ANNEXE 2 : TABLEAU DES ENTRETIENS DU CAS FOOD TRUCK	269
ANNEXE 3: GUIDE D'ENTRETIEN	271
ANNEXE 4: LISTE PRELIMINAIRE DE CODES.....	275
ANNEXE 5 : EXEMPLE DE CODAGE EN DOUBLE AVEUGLE	277
ANNEXE 6 : MATRICE PAR VARIABLE DE RESULTATS DU CODAGE FOOD TRUCKS	297
ANNEXE 7 : MATRICE PAR VARIABLE THEMATIQUE DU CODAGE DU SLOW FOOD	323

Annexe 1 : Dictionnaire de la Géographie et de l'Espace des Sociétés

Cette annexe présente le travail de synthèse effectué sur les entrées les plus significatives du Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés pour traiter les questions de recherche. Nous avons souhaité restituer le matériau brut illustrant la richesse des contributions des différents auteurs.

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Eléments clés de définition
Acteur	52	Michel Lussault	« Actant pourvu d'une intériorité subjective, d'une intentionnalité, d'une capacité stratégique autonome et d'une compétence énonciative. »
Agencement	57	Michel Lussault	L'agencement est l'action d'assembler des objets en fonction d'une action. « l'agencement se déploie dans l'espace selon une (des) échelle(s) et une (des) métrique(s) liées aux impératifs de l'action ». Il prend fin en même temps que l'action, même si les dispositifs peuvent rester (notamment les dispositifs matériels). Le langage est un dispositif essentiel pour construire l'agencement.
Aire	65	Jacques Lévy	L'aire est définie par opposition au lieu. L'élément discriminant est ici la distance, dans le sens qu'une aire regroupe un ensemble de lieux avec une distance non nulle. Aire est un terme utilisé de façon plus systématique dans le monde anglo-saxon ou latin, là où en français nous utilisons territoire.
Analyse spatiale	82	Thérèse Saint-Julien	L'analyse spatiale est l'étude des formes d'organisation spatiale. Elle considère qu'il existe des modèles, issus de processus de spatialisation, que l'on peut analyser à travers des dynamiques de différenciation (des espaces, des lieux...etc.). Processus de spatialisation: <ul style="list-style-type: none"> - Appropriation - Espacement et Connexion - Concentration et diffusion - Accumulation

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Attraction	110	François Moriconi-Ebrard	<p>L'attraction est l'influence d'un espace (généralement un lieu) sur des réalités sociales (par exemple des individus). Elle participe d'un processus d'accumulation et se mesure par la concentration. Ce concept est généralement utilisé dans des études urbaines.</p> <p>Trois paramètres la définissent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la portée spatiale (une distance) - la nature (homme, capitaux...) - son rythme temporel (fréquence, régularité, exceptionnalité). <p>Plusieurs modèles permettent de présenter les forces d'attraction.</p>
Autocorrélation spatiale	112	Lena Sanders	<p>L'autocorrélation quand elle est positive montre que des variables étudiées se ressemblent dans des lieux voisins (et s'opposent si elle est négative). Des indices permettent de mesurer la distribution spatiale, en particulier Morand (distribution de la variable croisée avec la matrice de contiguïté).</p>
Bourdieu	137	Laurent Cailly	<p>La contribution de Pierre Bourdieu à la géographie est double : le concept d'habitus (ou intériorisation des structures sociales et reproduction dans les pratiques) a permis d'éclairer les comportements spatiaux des acteurs, par exemple dans le fait résidentiel ; enfin, la hiérarchie sociale s'invite dans l'analyse spatiale, avec la notion de capital spatial. La possession d'un capital spatial permet de réaliser des profits d'espace (effets de lieux par exemple, proximité d'un bien rare, valeur symbolique de l'espace occupé, accès à des ressources).</p> <p>Trois formes primaires de capital (résidentiel, accessibilité et mobilité) que l'on peut combiner, accumuler, faire fructifier permettent d'asseoir le positionnement et la mobilité dans l'espace social des individus.</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Capital Spatial	147	Jacques Lévy	<p>Le capital spatial, par analogie avec le capital économique comprend un patrimoine et des compétences. Le patrimoine de lieux, territoires, réseaux est « approprié » et les compétences pour le gérer ou acquérir d'autres espaces. Les compétences ouvrent de nouvelles ressources, comme par exemple le temps ou des économies d'énergie. En effet, la compétence spatiale ici permet de libérer du temps de transport, d'installation...etc. et ouvre à de nouvelles connaissances.</p> <p>La maîtrise des agencements (et à travers ses deux composantes, échelle et métrique) confère des avantages constitutifs de ce capital spatial.</p> <p>Jadis, la maîtrise de l'accroissement de l'échelle (via le passage du cheval au train) était le facteur clé de succès. Avec la démographie et le tourisme (les voyages sur grandes distances ne sont plus « exclusifs »), c'est désormais la capacité d'articuler les différentes métriques et l'économie de moyens (par exemple la capacité d'un accès à pied) qui sont des révélateurs de capital élevé.</p>
Centralité	162	Giuseppe Dematteis	<p>La centralité statistique seule a un intérêt limité dans les séries temporelles (voir comment elle se déplace). Le principal intérêt est d'analyser la centralité d'une variable en fonction des hiérarchies d'activités (modèle de Christaller).</p> <p>Aujourd'hui la centralité dépend autant des interactions immatérielles que physiques.</p> <p>Cependant, dans les centres à fonctions hiérarchiques élevées, les interactions informelles et le face à face (donc proximité physique) restent nécessaires.</p>
Commerce	199	Patrick Poncet	<p>Cette entrée démontre avec intérêt comment le « marché », concept de base de la réflexion économique provient à l'origine d'un lieu géographique : « la place du marché ».</p> <p>Le commerce, comme fait social, se révèle aussi un agencement d'espace : « Les différents types de commerce contribuent à la différenciation des pratiques et des agencements spatiaux. Les acteurs des systèmes commerciaux (grande distribution, promoteurs, commerçants, chalands...) se révèlent de ce fait des acteurs marquants de la production de l'espace ».</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Eléments clés de définition
Commutateur	210	Jacques Lévy	Un commutateur est un dispositif qui permet la co-spatialité de deux réalités sociales distinctes mais occupant la même étendue. Exemple : une gare. Un commutateur peut être inefficace ; reprenant l'exemple d'une gare si elle est située dans un lieu peu densément peuplé.
Compétences de spatialité	212	Michel Lussault	<p>Les acteurs cherchent à s'assurer que leurs actes génèrent les résultats attendus tout en maintenant un contrôle sur le déroulement de l'action et l'environnement. C'est dans ce cadre qu'entrent les compétences spatiales.</p> <p>Selon Michel Lussault, il existe six grandes compétences spatiales :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la compétence métrique, c'est à dire la capacité à mesurer les distances, quelles soient physiques ou idéelles. Cette compétence permet de réguler la distance, y compris sociale. - La compétence d'emplacement : celle ci complète la première avec la question de trouver la bonne place pour les objets et les personnes. Déroger aux règles de cette compétence peut conduire à l'exclusion. - La compétence de parcours : la capacité à composer et assurer un itinéraire. - La compétence de franchissement : permet de franchir les sas, seuils, frontières...etc. - La compétence de délimitation : capacité de discrimination et de découpage. - La compétence d'échelle : classer du petit au grand. <p>Ses compétences peuvent être infra conscientes, c'est à dire activées, acquises, sans que l'acteur en aie conscience. Elles n'en sont pas moins structurantes du choix et du déroulement de nos actions.</p>
Contact	227	Jacques Lévy	<p>Le contact est rendu possible quand la distance est nulle ; il autorise l'interaction définie comme « la clé d'entrée dans les problématiques de la distance ».</p> <p>Les dispositifs sensoriels humains sont complétés par des moyens techniques (accessoires de motricité, de télécommunication) ce qui accroît la capacité de contact.</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Contiguïté	229	Jean-Christophe Gay	<p>La contiguïté permet de mesurer les effets du voisinage, sur une variable par exemple. Une matrice de contiguïté d'ordre 1 permet d'identifier les entités ayant une limite commune. Les matrices de contiguïté sont nécessaires pour les calculs d'autocorrélation spatiale. En analyse de réseaux, la connexité est le correspondant de la contiguïté.</p>
Coprésence	234	Michel Lussault	<p>La coprésence est l'agrégation en un même lieu de réalités sociales distinctes. La coprésence existe quand la distance $d=0$. Il peut aussi s'agir d'une question de représentation : selon le point de vue, les objets envisagés comme distants individuellement sont regroupés si l'on se situe dans la perspective d'une aire ou d'un lieu. La coprésence a deux conséquences : accroissement de la densité et augmentation de la diversité.</p> <p>La coprésence ne doit pas être confondue avec la cospatialité (la possibilité d'effectuer une action conjointe, via les réseaux notamment) ; elle nécessite un agencement topographique de proximité. Enfin, toutes les coprésences ne sont pas génératrices d'interactions : ainsi, un quai de métro aux heures de pointe.</p> <p>Conclusion: « Manière de dire que la densité et la diversité d'une situation spatiale, si elles sont a priori favorables au développement absolu des interactions, ne suffisent pas d'elles-mêmes à créer celles-ci, qui dépendent des stratégies des acteurs. »</p>
Densité	258	Jacques Lévy	<p>La densité est une mesure relationnelle, car elle met en relation dans un rapport une masse à une autre grandeur. En géographie, la densité calculera le rapport d'une masse avec une étendue, elle-même caractérisée selon des axes d'échelle et de métrique. L'intérêt de cette mesure est la grande liberté offerte aux choix du numérateur (« Tous les indicateurs sociaux spatialisés ont vocation à y prendre place ») et du dénominateur (la définition de l'espace peut sortir du cadre euclidien).</p> <p>Le corollaire de densité est diversité, car une densité sans diversité est peu génératrice d'interactions.</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Différenciation spatiale	279	Jean Christophe Gay	<p>L'action des hommes en collectivité crée la différenciation spatiale. A l'origine, les premiers actes de différenciation spatiale sont de nature religieuse, en instaurant des espaces sacrés. Dans le monde romain, les différents espaces domestiques sont encadrés par des zones sacrées, la propriété privée relevant elle-même d'un droit d'essence divine (Durkheim 1997).</p> <p>L'accroissement de la mondialisation et des échanges a tendance à spécialiser les espaces et de fait génère la différenciation. L'urbanisation peut être considérée comme la forme majeure de différenciation.</p>
Discours	284	Patrick Garcia	<p>Le discours est produit par un acteur, via une activité langagière.</p> <p>Quelques caractéristiques émergent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - c'est une action (énoncé d'une intention) mais aussi une interaction (il convient qu'il y ait un interlocuteur) - il est encastré dans un contexte et ne peut être interprété qu'à la lumière de ce contexte - il peut s'inscrire dans différentes matérialités (par exemple visuelles) - le discours contribue à façonner et à configurer les choses dont il parle. A ce titre il est configurateur d'espace en lui conférant un sens, des formes, des valeurs. Il instaure des pratiques spatiales. - il est ordonné selon des règles ce qui autorise des méthodes d'analyse normées
Dispositif spatial légitime	287	Michel Lussault	<p>« Agencement spatial, produit par un (des) acteur(s) à capital social élevé, doté d'une fonction opérationnelle et normative ».</p> <p>Le dispositif spatial légitime a deux finalités :</p> <ul style="list-style-type: none"> - celle de servir d'opérateur de traduction (d'une problématisation au sens de Callon). A titre d'exemple, les parcs d'attraction de Disney sont des opérateurs de la problématisation du temps libre dans nos sociétés. - Celle de servir de support de délégation à l'action.

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Distance	288	Jacques Lévy	<p>La notion de distance est au cœur de la conception de l'espace.</p> <p>Si le temps de transport diminue la distance, il convient de pondérer par la fréquence (des trains par exemple).</p> <p>Il existe trois modalités de gestion de la distance :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la coprésence - la mobilité - la télécommunication
Distribution spatiale	293	François Moriconi-Ebrard	<p>Il existe plusieurs formes de distribution spatiale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - groupée : concentration des objets autour d'un point - dispersée : les objets sont situés de manière homogène dans un espace (à égale distance) - linéaire : le long d'un axe - oligarchique : concentration autour de plusieurs points - aléatoire : pas de forme spécifique - sélective : seuls certains objets sont concentrés - préférentielle : les objets ne sont présents que dans certains types d'espace.
Diversité	295	Jacques Lévy	<p>La diversité est un rapport entre un niveau d'hétérogénéité et un espace donné. Une diversité sans densité n'a que peu d'intérêt.</p> <p>Trois grandes catégories de mesure de la diversité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - composition en groupes sociaux - les activités productives - les fonctions (induites vs. Exportatrices). <p>Les différents types de diversité sont corrélés entre eux. Mixité sociale = diversité d'activités = diversité de fonctions => la diversité s'auto entretient.</p> <p>Un effet d'échelle intervient de façon décisive : une mixité sociale d'un petit groupe inclus dans un espace n'est pas la même si le groupe est beaucoup plus grand. Cet effet scalaire de la diversité démontre que l'espace ne peut pas se penser comme fractal.</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Dynamique spatiale	304	François Moriconi-Ebrard et Mathis Stock	<p>Deux approches de la notion de dynamique : une approche temporelle, où les différents états d'une distribution spatiale sont étudiés à des moments t différents ; une approche systémique où ce sont les évolutions du système qui sont étudiées (crises, changement graduel).</p> <p>Parmi les variables étudiées il convient de retenir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le changement de la position relative des lieux les uns par rapport aux autres (logique d'accessibilité) - le changement des interactions spatiales - le changement des différenciations spatiales - le changement de la qualité des lieux (exemple donné : une station touristique devient une ville touristique). <p>La connotation positive du terme « dynamique » peut apporter une interprétation dans une analyse descriptive. Des phénomènes de non changement sont aussi à étudier comme la résilience et peuvent se révéler positifs (résistance à un choc).</p>
Echelle	308	Jacques Lévy	<p>L'échelle mesure la taille d'une réalité ou d'un phénomène (sur la base d'un rapport entre deux réalités). Le principe de base est que la taille modifie le contenu, ou autrement dit quand un objet ou un phénomène change de taille il change lui-même. Etudier les effets d'échelle c'est donc étudier le changement d'un objet avec le critère de taille comme mesure.</p> <p>L'échelle définit un espace (avec la métrique et la substance). Cependant, il n'existe pas de règle absolue des seuils d'échelles. Ainsi même à l'intérieur d'un objet spatial défini par des seuils clairs (un Etat par exemple) subsistent d'autres échelles : petit pays contre grand pays.</p> <p>Les observations (et les conclusions) déduites à une certaine échelle ne sont donc pas nécessairement reproductibles à des seuils supérieurs (ou inférieurs).</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Eléments clés de définition
Economie	315	Laurent Davezies	<p>Un des problèmes de l'espace en économie classique est que de nombreuses forces « hors marché » interviennent dans la construction de l'espace, y compris dans un espace dans lequel le marché lui-même s'insère (à l'instar d'une ville dont les mécanismes de constitution dépassent le cadre du marché).</p> <p>Les tentatives de la <i>New Economic Geography</i> sont de réintroduire ces facteurs dans l'analyse explicative de la constitution des espaces.</p>
Economies d'agglomération	316	Alain Bernard	<p>Plusieurs courants théoriques et disciplinaires traitent des économies d'agglomération, principalement autour de deux formes d'économies :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les économies d'échelle externes, d'ordre pécuniaire. - Les externalités « immatérielles », et principalement les externalités de réseau, d'innovation et de connaissance, parmi lesquelles trois modèles : - Le modèle MAR (Marshall, Arrow, Romer) où ce sont les externalités générées par la proximité spatiale au sein d'une industrie donnée - Le modèle Porter, où la concurrence entre firmes d'une même industrie favorise plus qu'elle ne détruit ces externalités - Le modèle Jacobs, où c'est la proximité spatiale de firmes opérant dans des industries différentes.

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Eléments clés de définition
Entreprise	337	Alain Bernard	<p>Rappel des quatre dimensions de l'entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> - entité juridique (joue sur les questions de localisation, délocalisation, centre décisionnel...etc) - catégorie économique : facteurs de production, ressources, accumulation de capital et innovation. Structure de coordination entre marché et organisation (voir Williamson). - Entité sociale : règles, dispositifs cognitifs...etc. - Objet géographique. <p>Dans cette dimension, 3 approches de l'objet géographique:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ l'espace structure la firme. C'est la question des ressources et de la localisation. ○ La firme structure l'espace. L'entreprise entre en relation avec les actifs spécifiques détenus par les acteurs locaux et elle structure dans des systèmes de coopération un territoire. La théorie mobilisée pour expliquer cette approche est la théorie de la régulation. ○ Une relation symétrique espace / firme. La première vision concerne la structuration en réseau des entreprises (en particulier de connaissance). La seconde vision concerne l'analyse transactionnelle du couple firme/espace (Scott). L'agglomération transactionnelle est génératrice d'externalités positives, créant un système industriel dans laquelle la firme a un rôle actif mais sans en maîtriser totalement le processus ni les résultats.
Espace	353	Jacques Lévy	<p>Le cadrage théorique de la notion d'espace fait appel à un tableau à double entrée (Absolu/Relatif et Positionnel/Relationnel), matrice dans laquelle se situe l'ensemble des débats philosophiques sur l'espace.</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Espace Public	360	Michel Lussault Jacques Lévy	<p>Il convient d'échapper à la mythologie qui fait de l'espace public un espace vertueux par nature. Le terme plus approprié serait celui d'espace commun. En effet, des espaces pensés comme public sont en fait privés (comme les centres commerciaux). Cet espace commun est régi par trois principes de « contrariété » :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'opposition privé vs. Public dans une perspective institutionnaliste. La normativité légitime les propriétés de chacun des espaces en déterminant des règles institutionnelles. C'est le premier marqueur des pratiques intériorisées. Avec des interactions (par exemple le privé investit le public, rarement l'inverse). - Le degré d'intimité. L'espace public engage les individus qui s'y aventurent. - L'individuel vs. le social. <p>Plusieurs principes définissent l'espace public :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'accessibilité la sociétalité - l'inclusion de trois échelles : la sienne propre, celle de l'espace public de référence (la ville par exemple), le monde. - Le privé, l'intime (il y a moins de violence dans l'espace public que privé) - La civilité « comme condition de la citoyenneté ». C'est une manière d'agir politique, sans discours, par la pratique, via la reconnaissance explicite de la définition d'un espace public (sans nécessairement recourir aux revendications).
Foncier	400	Michel Lussault	<p>Le foncier traduit la valorisation de l'espace en tant qu'objet de contrôle des rentes et des plus values au sein d'un système de production (par exemple l'accès). Au delà de cette définition économique il existe une valeur politique et symbolique. Le droit est l'outil généralement utilisé pour administrer le foncier (le découper, le transférer...etc.). Le mode de découpage du foncier est hérité de la loi de 1807 (assainissement des marais) d'inspiration rurale. C'est donc une approche de gestion de type rural des espaces qui prévaut.</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Eléments clés de définition
Gouvernement urbain	461	Patrick Le Galès	<p>Le gouvernement urbain recouvre trois axes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la question de la représentation des citoyens et de la démocratie participative - les services et biens collectifs - la légitimation de la gestion territoriale de l'Etat. <p>Des tendances s'affirment dans le temps (sous l'influence de l'europanisation et de la globalisation) :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) une redéfinition des échelles (par exemple augmentation du pouvoir décentralisé dans les comités de quartiers) b) les contraintes croissantes des finances locales c) la « politisation » du management public (l'apparition de managers motivés par le bien public par opposition avec une gestion clientéliste) d) la divergence entre différents acteurs (Etat, collectivités) e) la privatisation des services urbains f) la crise de la démocratie locale
Innovation	557	Jean-Marc Offner	<p>L'innovation a deux champs d'applications en géographie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'étude des interactions spatiales (centre/périphérie...) dans le processus d'innovation - la recherche des organisations territoriales les plus adaptées à l'innovation.

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Institution	558	Michel Lussault	<p>L'institution recouvre à la fois un processus (mot en -ion) et un état.</p> <p>La théorie juridique distingue institution objet (les organisations politiques) et institution mécanisme. Pour les sociologues et en particulier Durkheim, l'institution est un système normatif qui encadre la pensée et l'action des acteurs.</p> <p>Il existe des « agences » de coercition et de sanction représentant les formes institutionnelles mais ce n'est qu'une partie apparente du processus. En économie, l'institution permet d'atténuer les conflits, favorise la coopération.</p> <p>« L'institution...est une des ressources que l'acteur spatial mobilise dans ses actes. »</p>
Internet	567	Boris Beaudé	<p>Internet est un espace, un lieu permettant la coexistence (la coprésence). « Avec la ville, il est une des techniques spatiales les plus puissantes ».</p>
Légitimité	602	Jacques Lévy	<p>La légitimité est la base du politique : légitimité de la représentation et légitimation du pouvoir vis à vis des citoyens.</p>
Lieu	606	Augustin Berque, Jacques Lévy, Michel Lussault, Nicolas Entrikin	<p>Vidal de la Blache définissait la géographie comme l'étude des lieux (sans pour autant bien définir ce concept).</p> <p>Avec <i>l'humanistic geography</i>, et la prise en compte du sujet, le lieu se construit autour de l'expérience vécue.</p> <p>« Le lieu est l'espace dans lequel la distance n'est pas pertinente. » Il y a lieu quand plusieurs réalités sont possibles au même endroit (coprésence). La distance y est suspendue.</p> <p>Le lieu devient l'aire quand sa « lecture » s'étend à un espace dans lequel il garde son sens.</p> <p>La localisation, ou le « spot » est la réduction du lieu à un point (réductible à ses coordonnées).</p> <p>Il convient de distinguer des lieux forts (ville) et des lieux faibles (caractérisés par la faiblesse des interactions).</p> <p>« Le lieu est la plus petite unité spatiale complexe » et de ce fait indissociable d'une unité sociale. Un lieu sans dimension sociale autre que la dimension subjective est un « site » (voir les tableaux de paysages de Hockney, déconstruits autour de la perspective du spectateur, véritablement « site »).</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Métrie	659	Jacques Lévy	<p>La métrie est une des trois déterminants de l'espace. C'est le mode de mesure et de traitement de l'espace. L'augmentation des vitesses de transport a remis en cause la mesure conventionnelle euclidienne (en m ou km). La vitesse brute seule ne suffit pas : elle doit être pondérée par d'autres facteurs : les fréquences, le confort, le coût, les commutations (voir les lieux commutateurs)...etc. Le choix d'une métrie détermine un positionnement technique et idéologique.</p>
Mobilité	677	Vincent Kauffman	<p>« Une des modalités de gestion de la distance consistant en un déplacement matériel des opérateurs d'un lieu à un autre. »</p> <p>L'école de Chicago a été le premier courant théorique à s'intéresser à la mobilité, dans une perspective sociologique. Un autre courant aux états unis s'est intéressé à la gestion des trafics, envisagés sous un angle physique (dynamique des fluides...).</p> <p>La mobilité est connotée « positivement » dans notre société ; il convient d'appréhender ce biais.</p> <p>La <i>motilité</i> est un concept qui traduit l'offre de mobilité, l'ensemble des compétences nécessaire à exploiter cette offre et l'utilisation effective de cette offre pour réaliser ses projets.</p> <p>Les compétences nécessaires recouvrent des compétences de programmation, de familiarité avec les lieux, la capacité à imaginer le déroulement d'une journée...etc.</p> <p>L'accroissement des offres de mobilité conduit en fait à une soumission croissante aux formes contraignantes de mobilité (ainsi les cadres internationaux contraints à des voyages de plus en plus fréquents et fatigants) ; la liberté n'est donc pas systématiquement incorporée dans les offres contemporaines de mobilité et doit donc se « gagner ».</p>
Network	717	Jacques Lévy	<p>« Réseau limité par une frontière. »</p> <p>Le network est généralement hiérarchisé sous forme d'une arborescence (dans le cas de formes institutionnelles) ; cependant il existe des formes de network faiblement hiérarchisées (cas des fournisseurs d'internet, contenu ou infrastructure, qui offrent un accès indifférencié à leurs clients).</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Nœud	720	Jean-Marc Offner	<p>« Point d'un graphe (par opposition aux arcs ou arrêtes). Point de jonction ou d'entrecroisement des lignes dans un réseau. »</p> <p>Les nœuds servent à calculer un certain nombre d'indices qui renseignent sur la structure du réseau. La performance d'un réseau peut s'apprécier à l'aide des connexions possibles des nœuds (exemple le Metro). Certains nœuds sont des pôles au sein d'un territoire, alors que d'autres ne sont que des nœuds techniques (limité à ses fonctions réticulaires, ainsi la gare de Laroche Migennes). La transformation du nœud technique en pôle ne se décrète pas, et nécessite l'intervention des différents acteurs.</p>
Norme	724	Christian Ruby et Michel Lussault	<p>« Depuis une vingtaine d'année, des études portent sur la façon dont les acteurs utilisent les normes comme un ensemble de ressources pour servir leurs stratégies, leurs actes et les écarts possibles. »</p> <p>Les géographes sont en retrait vis à vis de ce concept. Néanmoins un champ de recherche s'ouvre sur les controverses et les conflits spatiaux, débouchant sur une compréhension des mécanismes qui lient la dimension spatiale et les phénomènes normatifs.</p>
Numérique	726	Boris Beaudé	<p>Le développement du numérique via la téléphonie mobile permet une synchronisation spatiale des informations. Cette technologie change les agencements spatiaux, et agrandit l'horizon de notre espace vécu (voir Internet comme lieu), à la fois sur le plan social (accroissement des interactions) et informationnel (quantité de donnée, ou même qualité : « L'information numérisée a gagné en mobilité. »).</p> <p>De nouveaux espaces apparaissent avec des nouvelles modalités de coprésence (Facebook,) et modifient ainsi les distances, remodelant les stratégies possibles (d'autonomie, mais aussi de contrôle...).</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Organisations	736	Michel Lussault	<p>Les géographes se sont familiarisés avec la sociologie via l'étude des organisations. Les grands courants de pensée sur l'organisation débutent avec son acceptation comme objet d'étude scientifique (Taylor), sa définition comme un but autonome au service duquel les acteurs travaillent (Barnard), plus ou moins efficient selon les formes qu'il prend. Avec March et Simon, la rationalité limitée introduit des possibles divergences de comportement entre les acteurs qui composent l'organisation. ML situe avec Crozier et Friedberg la pensée stratégique, selon laquelle les buts recherchés par les acteurs divergent de ceux de l'organisation elle-même.</p> <p>En géographie, trois axes de recherche sont envisageables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'étude de la dimension spatiale de l'organisation (comme objet au sens de la science de l'organisation). - l'organisation spatiale (pilotage et régulation des entités spatiales). - l'organisation de l'espace.
Places (lutte des)	785	Michel Lussault	<p>« La lutte des places se substitue à la lutte des classes ».</p> <p>Une place a un sens double : elle définit la position sociale (encastrée dans un ensemble de relations sociales) ainsi que les emplacements matériels (positions spatiales) qu'un individu est susceptible d'occuper, en conformité avec l'ensemble des normes qui régissent l'usage et l'affectation de ces places. Des codes de procédure spatiale, définissent ce qui est légitime en matière d'allocation et d'usage de l'espace notamment dans les opérations suivantes : proximité, taille, délimitation, placement, franchissement. Ces codes sont intégrés dans les formes institutionnelles et culturelles (normes et pratiques), ils s'actualisent par la pratique et se médiatisent via les pratiques discursives et les énoncés (les lois mais aussi les récits). Cette situation n'est pas figée, par le jeu des acteurs les places deviennent des enjeux, débouchant éventuellement sur des conflits.</p> <p>Le monde actuel a élargi les espaces disponibles, a multiplié les places, tout en professant une idéologie compétitive d'accès à ses places ; en effet, la place n'est plus attribuée par le groupe, mais s'acquiert par l'individu, comme résultat de son action. Il en résulte une compétition accrue entre les acteurs pour obtenir les</p>

			meilleures places (voir la place comme ressource ou capital). Paradoxalement, notre société érige en parallèle des outils de contrôle et de limitation des accès de plus en plus contraignants (l'exemple cité des migrants illégaux).
Polytopie	794	Mathis Stock	La polytopie est la pratique qui consiste à habiter des lieux multiples. Habiter doit être compris ici comme « faire avec l'espace ». La polytopie s'est développée avec l'accroissement de la mobilité. Plusieurs modalités de polytopie, selon le point autour duquel elle sont centrées (travail, résidence secondaire, loisirs...). La polytopie a des conséquences sur l'identité individuelle ; des compétences doivent être utilisées ; enfin, elle a une influence structurante sur les lieux (transformation des centres ville, création de stations touristiques...). A titre d'exemple, Paris est une ville frappée de polytopie (in and out), ce qui peut avoir une influence sur les pratiques alimentaires et favoriser le street food (réduction des tailles des cuisines et non inscription dans des pratiques domestiques ancrées).
Pratiques spatiales	811	Michel Lussault	Il existe une hiérarchie entre action, pratique et usage : <ul style="list-style-type: none"> - l'action englobe toutes les dimensions depuis l'intention stratégique, les compétences requises, le faire...etc. - la pratique est une des phases de l'action, elle suppose une matérialité observable (parcours physique, carte mentale...) - l'usage nécessite au préalable un ensemble de compétences et résulte dans une série de conséquences (l'output, le résultat). La pratique spatiale rattache l'acteur au monde des phénomènes, matérialise son passage à l'acte.

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Proximité	821	Michel Lussault et Jacques Lévy	<p>La proximité est une configuration spatiale dans laquelle la distance est faible. Cependant, la « faiblesse » relative de la distance dépendra de la métrique utilisée.</p> <p>Les technologies de réduction de la distance accroissent la proximité dans de nombreux domaines. On distingue la proximité physique (coprésence matérielle) de la proximité topographique (via les réseaux). La première forme s'appuie sur la contiguïté, via les frontières, les interfaces, les emboitements ou les cospatialités (les couches d'urbanité dans une ville). La seconde forme s'appuie sur la connexité, rendue possible par le nombre d'arcs et de nœuds dans le réseau. Son efficacité passe par l'accroissement des termes du réseau (même si au demeurant l'individu a tendance à oblitérer la puissance médiatrice « discrète » qui rend possible ce réseau, Google, Facebook...).</p> <p>La proximité n'est pas identique à l'intimité l'une et l'autre ne sont nécessaires ni à l'une ni à l'autre.</p>
Représentations de l'espace	867	Jean-François Staszak	<p>Une représentation de l'espace possède une fonction, dans un système cognitif référent (servir à voyager, à défendre militairement...).</p> <p>C'est un acte énonciatif différent de la perception (relation au phénomène) à portée sociale.</p> <p>Il existe plusieurs registres de représentation spatiale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mentale (rapport de l'individu à l'espace) - objectale (peinture, photo) - savante (cartes d'état major) - vernaculaires (appréhensible par l'anthropologie).
Réseau	871	Jacques Lévy	<p>« Espace à métrique topologique ».</p> <p>Le réseau n'est pas nécessairement inclus dans un territoire. Il peut être lui-même considéré comme une étendue.</p> <p>Il convient d'être très prudent dans la terminologie réseau en spécifiant les différentes formes de réseau. Un réseau professionnel (registre de la métaphore spatiale) peut s'appuyer sur un réseau urbain (registre du langage géographique).</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Ressource	874	Jacques Lévy	<p>Un objet (matériel ou non) n'est une ressource qu'en tant qu'il rentre dans un processus de production. Ainsi, les sources biophysiques sont devenues des ressources à partir du moment où elles ont été intégrées dans un processus industriel (le pétrole par exemple). C'est donc de l'action de l'homme que les choses deviennent ressources. A ce titre, l'espace seul n'est pas l'unique ressource à envisager, l'agencement de l'espace en tant que processus est aussi une ressource.</p>
Séparation spatiale	911	Michel Lussault	<p>« Organisation de l'espace en aire fonctionnelles et/ou sociales distinctes. »</p> <p>La séparation spatiale est un des phénomènes croissant dans la société contemporaine et s'érige en standard de vie. Ce principe est hérité du système de zoning né dans les villes industrielles qui permet la mise en place d'activités spécialisées dans les espaces délimités. La séparation spatiale a plusieurs corollaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - création de communautés fermées (« <i>gated communities</i> ») selon le statut social - spécialisation des espaces fermés (prisons, centres de rétention, salles blanches...). <p>La « modernité » est mesurée par la capacité d'être mobile entre les différents espaces, alors qu'être contraint traduit un déficit en capital spatial.</p>
Services	914	Mathis Stock et Philippe Violier	<p>Les services se répartissent dans les centres urbains selon une logique dépendant de leur degré de standardisation, selon un principe centre vers périphérie. Dans les centres se concentrent les services rares et dans les zones périurbaines les services plus généraux.</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Eléments clés de définition
Société de l'information géographique	938	Michel Lussault et Jacques Lévy	<p>« Dans cette société, les individus et les organisations sont outillés technologiquement pour étendre leur capacité à mobiliser la référence spatiale via la géolocalisation. Mais en même temps ils constituent eux-mêmes des références spatiales.</p> <p>L'individu est à la fois consommateur et producteur d'information géographique ; à la fois utilisateur de référence spatiale et référence spatiale lui-même. »</p> <p>En revanche, il serait erroné de considérer que ces outils créent la compétence spatiale, au contraire ils sont à même de la mettre en péril. Ainsi, le recours au GPS amoindrit les facultés de repérage et de navigation des individus.</p>
Spatialité	947	Michel Lussault	<p>La spatialité est un concept qui décrit l'ensemble des actions spatiales réalisées par un opérateur d'une société.</p> <p>Ainsi pensée, la spatialité recouvre les activités fondamentales qui découlent de la séparation et des distances : l'homme cherche à dépasser cet état de fait, comme une sorte d'épreuve permanente, qu'il matérialise dans un ensemble d'action ou d'états concrets (habiter, se déplacer), qu'il remplit de sens à travers des activités énonciatrices.</p> <p>La spatialité au sens large contribuerait à la subjectivation, à l'individuation et à l'actorisation (capacité à être acteur).</p> <p>C'est un « art de faire avec l'espace ».</p> <p>Même un mouvement raté contribue à la spatialité (une chute crée un effet).</p> <p>« Le social se construit comme espace de cohabitation des humains par les interactions spatiales, par les outils et compétences qu'elles mobilisent, par les accords, les règlements, les normes implicites mais aussi par les conflits et disputes qui naissent des géopolitiques de toute échelle ».</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Stratégie spatiale	961	Jacques Lévy	<p>Les approches adaptatives envisagent l'individu comme un agent, alors que dans l'approche stratégique, l'individu est assimilé à un acteur.</p> <p>Les actants (objets) n'ont pas de stratégie car ils n'ont pas d'intention.</p> <p>Dans cet article, Jacques Lévy nous propose un véritable agenda de recherche :</p> <p>Pour comprendre un jeu de stratégie spatiale, il convient d'analyser l'ensemble des stratégies de tous les acteurs intervenant dans un champ, pour lesquels les logiques de comportement seront identifiées.</p> <p>Ce travail d'analyse passera par une analyse des discours, plutôt que par l'approche statistique.</p> <p>Les contradictions et la complexité des comportements des acteurs seront à prendre en compte.</p>
Technique	983	Jacques Lévy	<p>Dans son étude de l'auto institution des sociétés, Castoriadis met en avant les techniques immatérielles.</p> <p>La technologie englobe la technique en ce sens qu'elle est porteuse d'une idéologie, d'un discours et d'une finalité d'usage.</p> <p>Au sujet de l'espace, la technique joue à deux niveaux : l'espace est maîtrisé par des techniques (influence déterminante de facteurs externes, approche triviale), l'espace est un dispositif de techniques (c'est à dire que l'action est rendue possible à l'aide des techniques de l'espace, en jouant sur la coprésence, la mobilité et la télécommunication).</p>

Entrée dans le dictionnaire	Page	Auteur de l'article	Éléments clés de définition
Valeur spatiale	1065	Michel Lussault	<p>« La valeur spatiale est l'expression de la qualité des substances sociétales qu'un espace recèle. »</p> <p>Il convient donc pour apprécier cette valeur d'analyser les conditions sociales et comprendre comment tel ou tel arrangement ou dispositif spatial répond aux valeurs attendues ou exprimées dans l'espace social (soit par les institutions comme expression des acteurs, soit par des mécanismes d'habitus ou d'encastrement plus déterministes).</p> <p>L'évaluation foncière traduit en termes monétaires cette valorisation. Le système de fixation des prix dépend de plusieurs variables : des critères objectifs de localisation, d'accès, d'aménités...etc. mais aussi de la capacité discursive des acteurs à propos de ce bien ou bien de l'image que les acteurs se font des critères supposés objectifs. Enfin, la finalité des biens dans un processus modifiera le registre : par exemple, pour un bien récréatif, l'isolement en campagne sera valorisé au contraire d'un bien d'habitation. L'analyse des systèmes de prix et des processus discursifs nous permet de déceler les logiques sous-jacentes et de comprendre les systèmes de valeurs instaurés dans l'espace social.</p>

Annexe 2 : Tableau des entretiens du Cas food truck

Food trucks interrogés

Code du site	Catégorie	Ancienneté	Type d'offre	Nombre d'emplacements	Nombre repas / service	Nombre d'associés	Durée
Site 1	food truck en activité	6 ans	Pizza innovante	4	de 50 à 150	2	1h14
Site 2	food truck en activité	18 mois	Burger	1	de 30 à 50	1	0h29
Site 3	food truck en lancement	Non applicable	Cuisine traditionnelle	Non applicable		1	0h42
Site 4	food truck en activité	15 mois	Wok	1	de 35 à 70	2	0h46
Site 5	food truck en activité	8 mois	Menus à base de poulet	4	de 30 à 50	2	0h51
Site 6	Projet de food truck abandonné	Non applicable	Cuisine traditionnelle	NA	NA	2	1h10
Site 7	food truck en phase de démarrage	3 mois avant lancement	Cuisine africaine	2	NA	2	0h44

Acteurs institutionnels interrogés

Rôle Institutionnel (code entretien)	Collectivité	Compétence territoriale	Durée de l'entretien
Elu en charge du commerce (ELU)	Ville	Commerce	0h46
Manager du commerce (MGR)	Ville	Commerce	1h02
Chef de mission création d'entreprise (CCE)	Communauté d'agglomération	Emploi	0h55

Annexe 3: Guide d'entretien

Interviewé (1)	Nom	Prénom	Coordonnées

'(1) : mentionner le rôle

Nom du food truck

Description de l'offre	
Nombre d'employés	

Emplacements (noter la localisation exacte)	Jours		Qté Repas	
	Midi	Soir	Midi	Soir

Protocole d'entretien

Objet: cette étude porte sur des entrepreneurs du secteur de la restauration ambulante, propriétaires ou gérants de « food trucks » en région île de France.

Contexte : le phénomène « food truck » bouleverse les habitudes institutionnelles de la restauration à Paris et dans les villes environnantes. Des jeunes entrepreneurs créent des restaurants mobiles dans des camionnettes équipées (les Food Carts ou food trucks). Ceux-ci se déplacent quotidiennement pour s'établir aux heures de repas dans des lieux déterminés, proches des zones d'affluence : soit des espaces publics, soumis à l'agrément des mairies, soit des surfaces privées (parkings, esplanades), après accord avec les opérateurs privés. La publicité sur les sites d'installation se fait à l'aide d'une diffusion de documents papiers (flyers), ainsi que par le truchement des réseaux sociaux qui permettent d'être « suivis » en temps continu sur les applications populaires.

L'offre alimentaire est basée sur une stratégie de différenciation : plats cuisinés en direct, cuisine du monde, produits frais et bio...etc.

Cette pratique fait réagir les restaurateurs traditionnels, qui invoquent l'asymétrie des investissements et des charges foncières.

Objectif de l'entretien :

L'objet de l'entretien est d'obtenir un récit riche d'évènements et de faits, restituant une expérience de vie entrepreneuriale, à la fois dans ses dimensions individuelles et collectives.

Le traitement de la série d'entretiens ainsi réalisés a pour but de répondre à la prédiction identifiée dans la recherche : *dans un champ organisationnel, des acteurs dotés (ou s'étant dotés) de compétences « spatiales », d'ordres et de degrés divers, sont respectivement à même de mieux conduire (ou accompagner) un processus de changement institutionnel.*

De ce fait, les pratiques recourant à des termes « spatiaux » : lieux, distance, mobilité, accès, franchissement, placement...etc. feront l'objet d'un traitement attentionné, pendant la phase d'entretien. Des questions de relance ou des reformulations seront utilisées pour préciser les termes ou les intentions des interviewés (es).

Thèmes couverts par l'entretien :

- ✓ Résumer le parcours de vie de l'entrepreneur : quelles sont ses origines, sa formation et quelles ont été ses motivations (freins) pour ce projet entrepreneurial.
- ✓ Déterminer les éléments clés de la vision du projet initial (y a-t-il eu des modèles (contre modèles) ?) ; dresser un bilan personnel et professionnel à posteriori (du projet à la réalité).
- ✓ Identifier les compétences sur lesquelles il (elle) s'est appuyé (e) et les compétences qu'il (elle) a acquises au cours de son expérience. Quelle est leur nature (effectuer un recensement permettant une typologie ultérieure) ? Quelles ont été les difficultés (opportunités) rencontrées ?

- ✓ Identifier les principales parties prenantes de son activité. Quelle est la nature des relations avec ces parties prenantes ? En particulier on cherchera à faire ressortir : les soutiens à la création d'entreprise (famille, institutionnels, réseau...), la nature des accords obtenus avec les mairies ou les opérateurs privés, les relations avec les restaurateurs traditionnels, les partenariats avec des industriels (Camions) ou acteurs institutionnels (Food Street). Quelles démarches ont été effectuées pour obtenir ces accords ? Lesquels sont les plus significatifs ?
- ✓ Se faire expliquer les éléments clés de la pratique ambulante : comment sont sélectionnés les sites, les jours, les horaires ? Quelle distance est parcourue périodiquement ? Quels arbitrages ont été faits dans les choix : sur quoi a-t-il fallu se concentrer et quoi reléguer (lieux, distance, offre, camion, densité de consommateurs...etc.)? Quels obstacles a-t-il fallu surmonter (tant sur le plan personnel que sur le plan des facteurs extérieurs) : accès aux ressources, accès aux consommateurs, développement des compétences...
- ✓ L'interviewé(e) se situe-t-il dans un mouvement collectif ? Appartient-il à un réseau, une association, un groupement de revendication professionnelle ? Identifier sa logique d'action, son positionnement dans le mouvement, les objectifs personnels recherchés et les buts collectifs visés.
- ✓ Effectuer un recensement des supports de communication utilisés par l'interviewé (e), tant pour ses objectifs commerciaux que pour sa communication « institutionnelle ». En lister les supports, les messages, le type de langage, les objectifs recherchés et la portée (diffusion réelle ou supposée, impact auprès d'une audience).

Questions de relance

Compétences professionnelles

- ✓ Qui vous a accompagné dans votre projet ? (famille, aide à la création d'entreprise...).
- ✓ Quel capital avez-vous investi ?
- ✓ Avez-vous suivi des formations spécifiques ?
- ✓ Quels atouts de votre expérience, formation antérieure avez-vous pu profiter ?
- ✓ Quelles compétences sont d'après vous nécessaires pour réussir ce type de projet ? Par opposition avec la restauration fixe ?

Analyse du modèle d'affaire et environnement

- ✓ Rencontrez-vous des difficultés pour obtenir des emplacements ? A quel niveau se situent ces difficultés.
- ✓ Quelle méthode (processus) pour les obtenir ?
- ✓ Quel type d'accord passez-vous avec les mairies / autres opérateurs ?
- ✓ Ces accords sont-ils identiques ?
- ✓ Entretenez-vous des relations régulières avec ces personnes, si oui lesquelles et quel type de relation ?

Analyse de la pratique

- ✓ Choisissez vous vos emplacements ? Si oui, sur quels critères vous basez vous faites vous ?
- ✓ Etes vous originaires du quartier/ de la zone où vous situez vos emplacements ?
- ✓ D'après vous, à proximité de quoi est le plus important de se situer ?
- ✓ Faut il plutôt changer souvent de place, ou au contraire privilégier des emplacements stables.
- ✓ Revenir à la fiche horaire : pourquoi avez vous actuellement X emplacements ? et pourquoi Midi/soir ? Cela a t il changé depuis le début de votre activité ?
- ✓ Décrivez une journée en termes logistiques : où vous vous approvisionnez, ...etc.
- ✓ Trouvez vous plus avantageux d'être seul sur un lieu ou à plusieurs ?
- ✓ Savez vous pourquoi vos clients viennent chez vous ?
- ✓ Etes vous bien intégré dans le (les) quartiers où vous exercez ?

Réseau professionnel

- ✓ Participez vous aux regroupements de food trucks (festivals...) ?
- ✓ Faites vous partie d'une association ?
- ✓ Vous rencontrez vous avec d'autres propriétaires de food trucks ? A quelle fréquence ?
- ✓ Quelles informations échangez vous le plus ?
- ✓ Pensez vous que le mouvement des food trucks va s'amplifier, stagner ou se réduire ? Pour quelle raison ?

Outils de communication

- ✓ Quels médias (presse, internet, réseaux sociaux) utilisez vous pour vous informer sur votre profession, sur les food trucks ?
- ✓ Comment communiquez vous sur vos emplacements ?
- ✓ Avez vous un site web ? Comment fonctionne t il ? Qui s'occupe des fonctionnalités ?
- ✓ Avez vous un profil Facebook (autre réseau social) ? Comment fonctionne t il ?
- ✓ Utilisez vous des programmes de fidélité pour vos consommateurs ?

Parcours de vie et questions personnelles

- ✓ Parlez-moi de vous ?
- ✓ Quelles études avez vous suivi ?
- ✓ Pouvez vous brièvement résumer votre parcours professionnel ?
- ✓ Pourquoi avez vous choisi cette aventure ? Quelles étaient vos motivations ?
- ✓ Où avez vous entendu parler des food trucks ?
- ✓ Depuis quand ?
- ✓ Décrivez le démarrage de votre projet ?
- ✓ Si vous deviez définir votre métier actuel, que diriez vous ?
- ✓ Si vous deviez aider quelqu'un qui veut se lancer dans cette aventure, que lui conseilleriez vous ?
- ✓ Songez vous à agrandir votre activité ? Si oui, comment ?

Annexe 4: Liste préliminaire de codes

RESSOURCES	RES
RES : CAPITAL FINANCIER	RES-CF
RES : CAPITAL SOCIAL	RES-CS
RES : CAPITAL PHYSIQUE	RES-PH
RES : SAVOIRS	RES-SA
RES : SAVOIRS FAIRE	RES-SF
RES : CAPITAL ORGANISATIONNEL	RES-CO
PROJET	PRO
PRO: NATURE DU PROJET	PRO-NA
PRO : DEGRE DE THEORISATION	PRO-DE
PRO : DEGRE D'OUTPUT SOCIAL	PRO-OU
PRO : DEGRE DE PERSONNALISATION	PRO-PE
ENVIRONNEMENT	ENV
ENV: STRUCTURE DU CHAMP	ENV-STR
ENV: DEGRE D'INSTITUTIONNAL.	ENV-INS
PRATIQUE	PRA
PRA: RELATION AU CHAMP	PRA-CH
PRA : DISCOURS	PRA-DI
PRA : COALITIONS	PRA-CO
PRA : DESIGN	PRA-DE
PRA : ORGANES DE CONTROLE	PRA-OR
PRA : EDUCATION	PRA-ED
LEGITIMITE	LEG
LEG: LEGITIMITE PRAGMATIQUE	LEG-PR
LEG: LEGITIMITE MORALE	LEG-MO
LEG : LEGITIMITE MORALE CONSEQUENTIELLE :	LEG-MO-CO
LEG : LEGITIMITE MORALE PROCEDURALE :	LEG-MO-PR
LEG : LEGITIMITE MORALE STRUCTURELLE :	LEG-MO-ST
LEG : LEGITIMITE MORALE PERSONNELLE :	LEG-MO-PE
LEG: LEGITIMITE COGNITIVE	LEG-CO
LEG: LEGITIMITE COGNITIVE COMPREHENSIBILITE	LEG-CO-CO
LEG: LEGITIMITE COGNITIVE TAKEN FOR GRANTED	LEG-CO-TA

<u>VARIABLE SPATIALE</u>	<u>VAR</u>
VAR : LOCALISATION	VAR-LO
VAR : PROXIMITE	VAR-PR
VAR : DISPERSION SPATIALE	VAR-DI
VAR : FRANCHISSEMENT	VAR-FR
VAR : DECOUPAGE	VAR-DE
VAR : CHANGEMENT D'ECHELLE	VAR-EC
VAR : DEGRE D'ESPACE PROJET	VAR-PR
VAR : ACTION SUR ESPACE CONCU	VAR-CO
VAR : ACTION SUR ESPACE PERCU	VAR-PE
VAR : ACTION SUR ESPACE VECU	VAR-VE

Annexe 5 : Exemple de codage en double aveugle

Nous avons choisi de présenter le processus de codage sur l'entretien effectué sur le site 2. Le choix de ce matériau textuel provient de la qualité du style de l'interviewé et de la longueur du texte retranscrit.

Mémo :

Entretien enregistré réalisé in situ après le service de midi. Le site est le rond point de la division leclerc sur la RD 906. Le répondant a été approché une première fois pendant un service sur le site du square Wiesloch. La première réaction du répondant à l'invitation a été de minimiser sa contribution potentielle dans une enquête par interview. Le répondant avait distribué des flyers à l'université JM et le chercheur avait eu l'occasion de le voir sur le site des mouilleboeufs (près de l'université). Le chercheur est allé plusieurs fois consommer des burgers ; en règle générale il y a peu d'attente au maximum 2/3 personnes à un moment donné. L'offre est assez originale dans la composition des burgers. Les tarifs sont un menu à 10-11 euros boisson comprise.

Phrases off

Le flyer que vous avez c'est mon fils qui l'a distribué
La campagne de flyers auprès de l'université jean Monnet n'a rien donné. Plein de promesses des associations étudiantes et puis rien n'est venu.

Codeur 1 : Réseau
Pas de retour

Si je suis adhérent à l'association des commerçants
mais cela n'a rien apporté. J'ai participé à la
campagne des chèques commerçants cela m'a coûté
mais rapporté tout au plus une dizaine de clients

Codeur 2 : Réseau
absence de
résultats

Le Camion qui Fume : elle crée un modèle en franchise c'est une façon d'accroître son business mais qui va à l'encontre du principe du food truck. Elle profite du fait qu'elle a eu son emplacement à une époque où la mairie de paris donnait des emplacements mais elle n'en donne plus aujourd'hui Kristin Fredericks fait vivre son affaire elle a sorti un bouquin les gens font la queue une heure pour un hamburger même s'il est bon ce n'est qu'un hamburger

Codeur 2 :
entrepreneur
institutionnel

Codeur 2 : dé-
légitimation :
intérêt
pragmatique seul

Codeur 2 :
théorisation
éducation

Ma prochaine étape c'est de trouver un nouvel emplacement pour changer un peu me diversifier mais sinon ici j'en vis bien j'arrive à en vivre

Je suis référencé sur le site pouet pouet³⁵

Codeur 2 : réseau
alternatif

Codeur 1 : Espace
Appropriation

J'ai eu l'idée d'installer des tables et des tabourets devant mon camion les gens ne s'en servent pas beaucoup mais ça me sert à marquer mon espace mon territoire

Codeur 2 : action
sur les
représentations de
l'espace

Vous dites que vous avez commencé à Fontenay, donc Wiesloch (square) c'était votre place

Codeur 2 : nomme
un espace perçu

Codeur 1 : Idem
Marquer son
Territoire

Oui donc j'ai commencé sur l'emplacement Wiesloch là où il n'y avait pas d'offre à l'époque donc je suis arrivé en premier

Codeur 2 :
franchissement
nouveau territoire

En quelle année ?

³⁵ <http://www.pouet-pouet.com/>

En juin de l'année dernière donc en juin 2013 donc l'offre était inexistante dans la mesure où il n'y avait pas de commerçant alimentaire dans le secteur les gens étaient apparemment demandeur d'une offre pour diversifier leur point d'alimentation pour le midi donc ça a bien démarré et depuis c'est monté en puissance sauf depuis l'arrivée des food trucks où je dirai l'offre s'est partagée puisque maintenant on est à quatre à travailler sur la clientèle au lieu de moi tout seul puis deux puis trois

Codeur 1 :
Concurrence et
Partage ont un
effet négatif

Codeur 2 :
élargissement du
réseau a un
résultat négatif

Quand vous dites ça s'est partagé, le gâteau se réduit ou il y a de la place pour tous ?

Codeur 1 :
Emulation

Je pense que le gâteau s'est agrandi il y a plus de monde qui vient c'est plus divers

Codeur 2 :
élargissement de
l'offre

Codeur 1 : Rayon
(périmètre)

maintenant j'ai aussi une clientèle de particuliers qui habitent le secteur qui savent que je suis là tel jour et

Codeur 2 :
élargissement de
l'offre

Codeur 1 : Effet
Concurrence

qui viennent maintenant la part s'est réduite globalement puisque on est à quatre à travailler sur le site

Rapidement pouvez vous me raconter comment a commencé votre aventure ?

Alors mon aventure mon histoire en fait j'avais une entreprise de luminaires je fabriquais des luminaires sur un créneau de niche pour les musées et galeries d'art la crise est arrivée là dessus j'ai commencé à avoir des soucis de portefeuille et de visibilité donc j'ai fermé l'entreprise et puis ça faisait longtemps que je voulais

Codeur 2 :
expérience en
mode projet

Codeur 1 : Peu d'investissement et de risques
Barrières à l'entrée basses (voir 5F de Porter)

faire un truc dans la bouffe donc j'avais l'opportunité sans gros investissement sans prendre de risques réels de mettre le pied dedans et voilà je me suis laissé porter par le système food truck qui était quelque un peu dans le vent et qui tend à se développer

Codeur 2 : passe à un nouveau projet

Codeur 2 : projet opportuniste

Vous êtes originaire de Fontenay ?

Codeur 1 : pouvoir des institutions est un frein

Pas du tout je suis à Fontenay parce que j'ai trouvé une commune qui voulait bien me proposer un emplacement ce qui n'est pas le cas de toutes les communes et en plus ma tante habite pas loin donc elle gare mon camion mon camion est garé à deux cent mètres d'ici donc c'est pratique

Codeur 2 : pas d'attache d'origine au lieu

Codeur 2 : fixité du point d'attache

Codeur 1 : rayon

Il y a un choix logistique ?

Codeur 1 : dépendance par rapport à l'emplacement

Il y a un choix logistique je dirais que les choses se sont bien faites je cherchais sur les communes alentours fontenay m'a répondu favorablement et en fait ça colle avec l'emplacement du camion

Codeur 2 : aspect pratique : exploitation des ressources de localisation

Et pourquoi vous avez choisi les villes de la banlieue sud ?

Parce que j'avais une opportunité de garer mon camion là ce qui pour commencer est un gain pas négligeable

Donc c'est autour de la plateforme logistique

Voilà j'ai prospecté autour de la plateforme logistique on va dire

Donc 2013 vous m'avez expliqué vos expériences sur fontenay et les mouilleboeufs et donc pour l'instant ce n'est que fontenay

Codeur 1 : Arbitrage entre pouvoir des mairies et potentiel Emplacement

Je suis resté sur fontenay j'ai fait des demandes qui n'ont pas abouti et comme ça fonctionne bon an mal an pas mal ici et que c'est pratique je me suis cantonné à ça sachant que je vais rechercher un emplacement complémentaire ce serait bien ne serait que pour obtenir un peu plus de visibilité par rapport à la clientèle pour sortir de fontenay

Vous êtes situés sur la D906 avec le tramway vous pensez que ça va changer ?

Codeur 1 : food truck pas suffisamment attractif ? Problème de distance et de perception de l'Espace par rapport à un restaurant

Non à mon avis ça changera rien ça a été un des arguments de dire que le tramway le tramway il fait que passer ceci dit les gens vont pas sauter du tramway pour venir manger un burger allez savoir c'est vrai qu'en haut de la côte il passe lentement donc peut être que ils auront le temps de sauter mais bon je pense pas

Codeur 2 : le réseau de mobilité urbaine n'apporte pas de résultat

La clientèle ici c'est beaucoup des bureaux ?

Ah ben c'est la clientèle d'entreprise autour, c'est principalement ce que je recherchais

Vous ne faites pas le soir ?

Codeur 1 : Clients captifs Activité différente

Non parce qu'il n'y a personne le soir ici et très honnêtement je préfère travailler sur une clientèle du

Codeur 2 : prévisibilité et peu d'aléa

midi qui est plus secure que une clientèle de soirée qui est plus aléatoire qui est plus compliquée si je peux réussir à en vivre en travaillant que le midi c'est très bien et en fait le week end pour compléter l'information je privatise le camion pour des évènements

Comment vous faites, vous prospectez ?

C'est sur le site les infos sont sur le site donc les clients reviennent vers moi après avoir vu les informations

Et ça marche bien ?

Ca marche bien en belle saison bien sûr donc ça marche bien de juin à septembre

A un groupe d'ingénieurs plans en main qui déambule autour du camion :

Mon camion vous gêne pas ?

Pour l'instant votre camion nous gêne pas mais

à mon avis dans six mois...

Ah dans six mois, on verra je serai parti

Non il y a pas de soucis

Dans six mois il y a pas de problèmes

Mois de mai quoi

Qu'est ce qui se passe ici qu'est ce qui va se passer ?

On va construire un bâtiment

Un bâtiment juste là où je mettais le camion bien sûr

Non dans le parking là on a besoin d'avoir une emprise de deux mètres sur le domaine public

Bon vous verrez ça avec la mairie je suis pas compétent excusez moi

Codeur 1 :
précarité

Codeur 2 :
événement
révélateur des
conflits d'usage de
l'espace

Codeur 1 :
Institution

Codeur 2 : espace
conçu

Le camion il est sur roulettes on peut le déplacer de trois mètres c'est pas un problème

J'aurais un kiosque fixe ce serait plus embêtant

S'il y a des bureaux...

Codeur 1 :
opportunité et
capacité
d'adaptation

Il y aura plus de monde

Quand y a des travaux ?

Quand y a des travaux y a des ouvriers aussi ça s'est confirmé quand ils ont refait la rue d'ailleurs, j'avais les ouvriers qui venaient manger régulièrement d'ailleurs

J'avais une question sur la difficulté pour obtenir des emplacements

Codeur 1 : Erreur
de perception de la
part des
institutions

C'est l'aspect compliqué de toute façon soit les mairies sont délirantes et demandent des loyers qui ont pas de sens c'était le cas à Issy les moulineaux j'ai postulé à issy les moulineaux c'est comme tout le monde la ZAC du point du jour m'intéressait on vous demande mille cinq cent euros de loyer pour commencer à travailler par mois faut en vendre des burgers

Codeur 2 :
inconséquence des
mairies

Et vous savez si il y en a qui s'y installent ?

Alors je sais qu'ils sont passés en appel d'offre, il y a eu un appel d'offre en fait ils ont retenu quelques food trucks je pense il y en a deux ou trois sur la commune à mon avis c'était maqué et verrouillé je pense que le loyer était quelque chose de dissuasif pour que pour

Codeur 2 : conflit
de valeur
Mise en jeu de la
légitimité
pragmatique

Codeur 1 :
Pouvoir
discrétionnaire et
Lobbying
Absence de règles
claires
Alea fort

faire en sorte que les copains aient les emplacements
bon ça sera coupé au montage

Alors les difficultés c'est quoi ?

Y a des mairies qui veulent pas, d'abord pour une question d'image, parce que food truck égale malbouffe, y en a encore qui en sont là y a des mairies on vous le dit jamais ouvertement je dirais mais y a huit mairies sur dix qui veulent pas et puis avec les autres ben ça marche ou c'est compliqué enfin bon c'est l'aspect compliqué

Codeur 2 :
problème de
compréhension
associé à
la malbouffe

Et pour vous aider pour identifier vous avez fait partie d'un réseau d'une association ?

Codeur 1 :
Absence de réseau

Non pas du tout non non je suis pas réseau non je suis un solitaire

Codeur 2 :
absence de réseau
(motivation
personnelle)

C'est l'idée du camion vous êtes autonome

Codeur 1 :
Entrepreneur
Indépendant

Voilà voilà je recherchais de l'indépendance j'avais une société précédemment j'avais pas du tout l'intention de rebosser comme salarié donc ça a été une façon pour moi de conserver mon autonomie et mon indépendance

Codeur 2 :
autonomie et
indépendance
(opposition avec
salarial)

Les accords pour les emplacements avec les mairies sont annuels ?

Alors on fait la demande ça fait l'objet bien sûr d'un accord avec arrêté municipal pour un an reconductible il faut refaire la demande tous les ans alors tous les ans

Codeur 2 :
équilibre instable
(jouer le jeu)

Codeur 1 :
précarité

c'est l'épée de Damoclès mais bon pour Fontenay ça se passe bien je dirais si on joue le jeu y a pas de souci

Quels sont les facteurs importants pour localiser votre camion ?

Codeur 1 :
clientèle
spécifique captif

Centre d'affaire, immeubles de bureau, zone d'activité

Codeur 2 :
facteurs de
réussite : besoin
exprimé

Et un peu de résidentiel ?

Codeur 1 : pareil
que bureaux captif

Résidentiel je dirais ça joue pas, ça peut jouer sur la partie événementiel ce qui remplit mes week ends en saison encore faut il que les gens puissent m'accueillir sur leur terrain parce que je peux pas travailler si je peux pas rentrer le véhicule sur le terrain

En terme de contrainte logistique vous avez besoin d'un raccordement ?

Codeur 1 : pas de
réseau

Même pas j'ai un groupe électrogène donc je suis complètement autonome je suis au gaz et il me faut un peu d'électricité pour la lumière et trois bricoles

Codeur 2 : pas de
réseau nécessaire

Votre camion est donc autonome par rapport au lieu ?

Ah complètement je peux me garer au milieu d'un champ et faire des burgers

Codeur 2 : lieu
vide

C'est un choix ou le hasard ?

Codeur 1 :
mobilité totale

C'était plus compliqué d'obtenir des branchements EDF volants, c'était onéreux en plus donc j'ai fait le choix du groupe électrogène c'est limitant parce que

Codeur 2 : pas
d'attache
« volant »

c'est bruyant, ça reste un peu bruyant même si le mien est pas très bruyant y a certaines zones où ça passe pas

C'est un choix que vous avez fait après votre étude, je veux un camion comme ça ?

J'ai pas fait d'étude, j'ai avancé de façon empirique et voilà je vous ai dit y a pas de business plan y a pas d'étude préalable pour le groupe électrogène je me suis dit pour moi c'est moins onéreux et pour certaines mairies la complication c'était de donner des branchements la mairie de fontenay m'a dit ok mais y aura pas de branchement EDF bon ma voisine a un branchement EDF bon

Codeur 2 : avance pas à pas pratique et incrémental

Codeur 2 : droit de regard de la mairie

Codeur 1 : surmonter les obstacles institutionnels

10 : 58

on comprend pas toujours bien mais bon la subtilité c'est que là on est pas sur la commune en fait on est sur une voirie départementale donc je crois qu'elle a fait une demande en plus pour le branchement au département ou enfin à la région c'est pas les mêmes autorités en fait il faut les voir en cascade il faut l'accord de la commune quand même mais il faut l'accord du département enfin de la région

Codeur 2 : droit de regard des différentes strates d'autorité

Codeur 1 : enchâssement institutionnel de l'espace public

Trouvez vous plus avantageux d'être seul ou plusieurs sur un endroit ?

A priori je serai tenté de dire que je trouve plus avantageux d'être seul parce que les gens mangent qu'une fois le midi donc tous ceux qui vont venir manger un wok mangeront pas un burger c'est clair

Codeur 1 : la concurrence l'emporte sur la complémentarité

Y a pas encore de dynamique d'offre complémentaire ?

Ici on y est pas encore, ici on fait tous nos desserts, nos entrées et nos boissons

Apparemment ça existe à Portland aux USA...

Codeur 1 :
Mythe ?

Pourquoi pas mais dans mon esprit on sort un peu de l'esprit du food truck on arrive à un espèce de marché organisé à roulette quoi bientôt y aura des food truck qui vendront des chaussures

Codeur 2 : la professionnalisation entraîne une forme de marché organisé avec des organes de contrôle

Vous pensez que le mouvement va évoluer...

J'ai pas d'avis franchement j'ai pas d'avis Je comprends pas bien qu'ils puissent scinder l'offre par type de produits

Codeur 1 :
autonomie
pas de réseau

Moi je vois pas ça en terme de mouvement je suis peut être un peu étroit à ce niveau là c'est vrai je suis pas un ours mais bon je suis pas très réseau je suis même pas réseau du tout à priori ça m'empêche pas de fonctionner je dois perdre des choses c'est sûr je sais j'ai pas le sentiment d'en avoir besoin c'est pas ma culture clairement ça m'apporterait sûrement quelque chose si je mettais le doigt dedans oui la visibilité, ça me demanderait aussi de l'investissement ce que j'ai pas très envie de faire mais bon non c'est pas mon mode de fonctionnement

Codeur 2 : pas de réseau. Le réseau implique des formes d'échanges (de don et contre don)

Et quand vous dites c'est pas votre culture, c'est par rapport à votre formation ?

Ben tout, twitter facebook, non pas par rapport à ma formation c'est une question je pense de mentalité de c'est moi je suis comme ça pour moi facebook qui est un outil qu'utilisent tous mes collègues j'ai une page facebook j'y ai pas échappé mais je l'ai créée parce qu'il fallait une page facebook pour le camion c'est tout en ce qui me concerne je trouve que c'est quelque chose d'impudique et d'inutile mais bon

Codeur 2 : ne veut pas mettre de privé dans l'espace public

Par exemple le flyer vous m'avez dit c'est votre fils qui l'a fait ?

Non ça c'est du bricolage mon fils a fait les photos parce qu'il est photographe il a fait un certain nombre de photos pour le camion

Alors si vous avez pas twitter ou facebook pourquoi les clients viennent chez vous ?

Codeur 1 : la qualité est plus importante que le réseau ou la communication

Parce que c'est bon ! parce que c'est bon parce que je me moque pas d'eux la preuve ils reviennent

Est ce que vous avez des programmes de fidélité ?

Ca y est c'est en place ! je donne des petits burger, je fais des petits burgers en pâte fimo et donc y a un système au bout de tant de petits burger y a un menu gratuit c'est récent c'est cette semaine vous voyez j'y réfléchissais et je cherchais la solution je voulais pas de cartes parce que la carte c'est compliqué faut la prendre faut la tamponner je voulais un truc qu'on donne

Codeur 1 : innovation créativité

Codeur 1 :
perfectionnisme

occasionnellement que quelqu'un puisse perdre c'est vicieux mais c'est réel il a qu'à être soigneux !!

C'est comme les chèques restaurants, avec les lost and voids inclus dans le business model de l'émetteur...

Ah ben oui, et puis sur les volumes ça doit représenter des sommes non négligeables, moi ça sera peanuts

Avez vous suivi des formations spécifiques ?

J'ai suivi la formation hygiène et sécurité de la chambre des métiers et puis voilà

Codeur 2 : permet
d'obtenir une
légitimité morale

En restauration ?

Codeur 1 : pas de
formation métier
requis

Non aucune

La restauration c'est une passion chez vous ?

Codeur 1 :
engagement
volonté intérêt

La restauration c'est une passion oui je cuisine j'aime ça

Y a t il des antécédents familiaux ?

Non pas du tout pas du tout non je suis le vilain petit canard

De votre expérience antérieure quelles compétences ou atouts vous permettent de réussir dans votre expérience actuelle ? Vous avez déjà été entrepreneur...

J'allais dire mes expériences m'ont rendu, je cherche le terme pas méfiant mais plus jeune j'étais quelqu'un de plutôt naïf plutôt crédule ça m'a rapproché des réalités et ça a fait que je suis plus rigoureux certainement [je pense que ça m'a apporté de la rigueur] ...

Codeur 1 : rigueur et organisation

En gestion ?

Codeur 1 : polyvalence

En tout, en gestion, en communication, avec les clients, avec l'ensemble des volets de l'activité

Quelles sont les compétences pour réussir dans le métier du food truck ?

Codeur 1 : effet direct

Faut forcément des compétences je dirais en cuisine il faut être respectueux des clients c'est à dire que si l'offre n'est pas satisfaisante le client ne revient pas si il revient pas ça dure pas longtemps donc de la rigueur je reviens à la rigueur je reviens au respect des produits la qualité après burger ça n'est qu'un habillage ça peut être des wok ça peut être des burgers ça peut être des poulets ça peut être autre chose bon poulet non y a pas de cuisine mais je pense qu'après il y a un habillage et que l'habillage il peut être un peu marketing je veux dire

Codeur 2 : compétences : savoir faire et capital organisationnel

Codeur 1 : intérêt envie

Pourquoi avoir choisi les burger ?

Codeur 1 : logistique

Parce que c'était quelque chose qui me plaisait c'était à mon avis quelque chose de porteur en terme d'infrastructures pour réaliser c'était pas très compliqué

Codeur 1 : créativité, innovation

et c'était un produit qui permettait d'apporter un peu de créativité je pense j'ai une carte relativement étoffée

Codeur 1 :
investissement et
risques faibles

avec pas mal de produits donc ça permettait de se
lâcher un peu et toujours sans prendre de gros risques
je dirais en terme de matériel en terme de pertes parce
que y a pas beaucoup de perte, le point sensible c'est la
viande et au delà de la viande autour c'est du détail

Codeur 2 : degré
élevé de
personnalisation
du projet

*C'est aussi un moyen de tout faire dans le camion
aussi...*

Ah je crois que c'est vrai pour tous les food trucks de
toute façon ah oui c'est vrai il peut y avoir de la
préparation en amont c'est vrai que j'ai assez peu de
préparation en amont en fait j'ai ma taille de légumes
mais au delà de ça y a rien d'autre

*Comment se passe la journée en termes logistiques,
vous vous faites livrer le matin ?*

Codeur 1 :
indépendance

Non je fais mes achats moi-même, je bosse, j'achète
chez Metro en général je fais mes achats, je viens, je
prépare ce que j'ai à préparer j'ai des frigos au dépôt
donc voilà

Codeur 2 :
autonomie

Ca vous fait tôt le matin ?

Oui relativement tôt en fait ça fait des journées
normales puisque je démarre vers sept heures je suis sur
le site vers midi et puis le temps de plier le camion ça
fait entre quinze et seize

Si vous deviez définir votre métier actuel ?

Codeur 1 :
mobilité

En général je mets en avant que j'ai un food truck c'est ce qui vient en avant si on en parle, après définir, ben euh je suis dans la restauration la restauration un peu particulière itinérante mais ça reste de la restauration

Codeur 2 :
identification au
camion

Vous mettez en avant le camion

Voilà voilà c'est l'aspect camion

Et par rapport à un restaurateur ?

Codeur 1 : qualité
fraîcheur exigence
mais offre
spécifique

Ben mon offre est forcément plus simple, plus light de toute façon dans un camion on peut pas faire tout ce qu'on peut faire dans une cuisine me définir ? j'attache beaucoup d'importance à l'aspect qualité à l'aspect produits frais donc je pense que de ce point de vue là j'apporte ce qu'il faut à la clientèle donc je suis au niveau de ce que peut proposer un restaurateur sérieux après forcément les préparations sont moins élaborées sont moins compliquées

Et la mobilité ?

Codeur 1 : fausse
mobilité

Dans la mesure où je suis toujours au même endroit je suis quasiment assimilé à un point fixe et les gens me retrouvent au même endroit régulièrement ce que ça m'apporte c'est surtout des charges moins élevées parce que j'ai infiniment moins de charges que si j'avais un local l'avantage c'est aussi que si demain je veux partir trois semaines je range le camion il ne me coûte rien je part trois semaines! Ca me laisse une

Codeur 2 : pas de
mobilité

Codeur 2 :
autonomie et
flexibilité

Codeur 1 :
flexibilité
adaptation

certaine liberté par rapport à la gestion de mes charges et de la tranquillité du coup demain je me casse le bras

ben pas de revenu d'un côté mais de l'autre j'ai pas de charges fixes qui courent derrière

Pour finir est ce que vous partagez avec les autres food trucks

Codeur 1 : réseau nul

Ici sur le site on discute un peu entre nous mais pas au delà quoi j'ai pas la volonté de m'inscrire dans un réseau ou de chercher du contact avec ...

Vous échangez c'est du voisinage ?

C'est du voisinage voilà j'ai pas de volonté de communiquer là dessus

Vous avez acheté le camion neuf ?

Non non d'occasion

C'est facile à trouver un camion ?

Codeur 1 : idée précise du besoin

C'est pas facile du tout un camion comme ça c'est pas facile parce que en fait je voulais un camion qui soit bas dont les roues qui soit pas sur une plateforme donc relativement bas et quand j'en ai cherché y en avait qu'un c'est celui ci je suis allé le chercher à Roanne

Pourquoi il y a une porte c'est pour le chargement ?

Non c'est d'origine, elle l'y était je l'ai laissé.

Des caisses comme ça y en a pas énormément c'est vrai je voulais une caisse qui ait un petit côté food truck à l'américaine donc pas trop haute, je voulais un véhicule

confortable il l'est il est relativement long, presque trop maintenant si j'en reprenais un j'en reprendrai un un poil plus court parce qu'il va pas partout et non y en a pas énormément surtout d'occasion

Codeur 2 : la taille du camion limite la mobilité ou la capacité de franchissement

Si vous deviez donner des conseils à quelqu'un qui veut se lancer ?

Il faut pas voir trop grand on voit souvent des tout petits camions ça à l'air d'être la tendance beaucoup de petits camions conseils à donner moi je crois que ce qui est primordial c'est que l'offre soit de qualité je crois que c'est ce qui prime c'est ce qui fait revenir le client à partir du moment où je suis pas compétent pour le faire revenir par des démarches marketing ou de ce type là ou par mes inscriptions dans les réseaux mon atout pour le faire revenir c'est la qualité des produits et je crois que je me trompe pas parce que ça marche

Codeur 2 : la légitimité morale basée sur la confiance permet de fidéliser les clients

Codeur 1 : qualité créer confiance client

Codeur 1 : alternative au réseau

Et le choix d'emplacements de prestige

Ben l'idéal c'est la combinaison des deux c'est clair mais à partir d'un certain volume je crois que ça devient compliqué de faire de la qualité si on prend qu'un exemple le camion qui fume vous les avez interrogés ? Vous les connaissez ?

Moi je la connais pas bon j'ai goûté une fois ses burgers bon ils sont bons c'est vrai moi je pense qu'avec ces systèmes de franchise et de multiplication elle est en train de se tirer une balle dans le pied mais bon elle fait du pognon en attendant c'est clair

Codeur 2 : conflit de légitimité morale personnelle

Codeur 1 : qualité contraire de quantité

Il y a deux camions aujourd'hui

Codeur 1 : la gestion de l'aléa compensée par faibles charges et mobilité

Il y a deux camions, il y a une franchise qui est en place je crois je crois qu'elle court beaucoup de lièvres à la fois mais et je crois qu'un jour **c'est forcément au détriment de la qualité et de la proximité avec le client** parce que à force de faire du volume on retombe dans un process qui devient semi industriel

Codeur 2 : la proximité est un objectif ; permet de conforter la légitimité

Est ce qu'elle le fait parce qu'il y a un espace qui n'est pas occupé par d'autres ?

Codeur 1 : opportunisme aléa discrétionnaire emplacement

Elle le fait parce **qu'elle a des emplacements intéressants qu'elle a eu à une époque où Paris donnait des emplacements donc elle a l'opportunité de le faire** c'est mais **je pense que la démultiplication de l'échelle nuit forcément à la qualité**

Codeur 2 : le changement d'échelle nuit à la qualité

Ce qui vous paraît important c'est la proximité, vous avez utilisé le mot proximité, avec vos clients et avec un environnement que vous maîtrisez.

Codeur 1 : rapport qualité proximité ?

Oui oui j'ai conscience que j'ai pas un volume phénoménal donc je peux pas jouer là dessus donc je sais que je peux pas servir deux cent repas par service donc n'ayant pas cet atout là il faut que j'en développe d'autres **et l'atout sur lequel je table moi c'est la qualité**

Codeur 2 : la qualité provient de la proximité via la légitimité

Donc les conseils, c'est le camion pas trop grand...

Codeur 1 : adaptation démarche empirique

Oui voilà pas avoir les yeux plus grands que le ventre se faire les dents sur des emplacements pas trop prestigieux je pense qu'il faut y aller doucement parce qu'au début c'est pas simple et puis monter en

puissance si on peut monter en puissance mais dans une limite raisonnable

Votre profil avant d'être entrepreneur vous avez fait des études ?

Non moi j'ai un bac je suis autodidacte

Dans votre famille on était entrepreneur ?

Non pas spécialement. Ben je suis arrivé au luminaire un peu par hasard et j'ai eu l'opportunité de faire une partie de ma carrière là dedans c'était à des entreprises c'est à dire que je vendais à des musées à des galeries donc c'est de l'éclairage de mise en valeur c'est particulier c'est de la ponctualisation c'est du cadrage c'est pas de l'éclairage d'ambiance C'est technique tout à fait

*Codeur 1 :
adaptation aux
opportunités
Aléas*

Je pourrais peut être rappeler pour savoir comment ça évolue de votre côté pour le tramway ou savoir si vous avez pris de nouveaux emplacements.

Annexe 6 : Matrice par variable de résultats du codage food trucks

META CATEGORIE	CATEGORIE THEMATIQUE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM Le référencement est indiqué à la fin de l'extrait comme suit : (Code du site-numéro de page de l'entretien) ou (Code acteur-numéro de page).
PROJET	Autonomie	Le degré élevé d'autonomie est un des facteurs de motivation important (4). Les motifs sont l'affirmation des convictions (1), la flexibilité opérationnelle (2) et le souhait d'émancipation (1). La contrepartie de cette autonomie est un isolement du porteur de projet dans ses démarches (2).	« Je recherchais de l'indépendance, j'avais une société précédemment j'avais pas du tout l'intention de rebosser comme salarié donc ça a été une façon pour moi de conserver mon autonomie et mon indépendance » (SITE2-7). « On s'est dit ras le bol d'être sous le joug d'un méchant patron et donc on s'est dit que c'était le bon moment pour se mettre à son compte et tenter l'aventure entrepreneuriale » (SITE5-2). « Le projet est venu d'une envie au départ de s'émanciper et de s'épanouir dans une fonction autre qu'une fonction lambda je dirais de salarié normal. L'idée est de pouvoir travailler de manière autonome et sur un projet innovant. » (ENT 9-1). « Nous intervenons (...) avec le porteur de projet qui est totalement impliqué parce qu'il est assez autonome pour réaliser des documents financiers. » (ENT 8-2).
	Qualité	Un des éléments nécessaires de l'offre, permettant d'atteindre la légitimité (2).	« Si l'offre n'est pas satisfaisante le client ne revient pas si il ne revient pas ça ne dure pas longtemps donc de la rigueur, du respect des produits la qualité » (SITE2-12).

META CATEGORIE PROJET	CATEGORIE THEMATIQUE EXP-PERS	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
		<p>Le parcours individuel est un facteur explicatif de la genèse de chaque projet (7). L'expérience dans la restauration est minoritaire chez les répondants (2), bien que selon les prescripteurs celle-ci soit jugée comme indispensable (1). Par ordre d'importance, les catégories d'expérience professionnelle sont : l'expérience à l'étranger ou internationale (4) ; la création d'entreprise (4) ; l'insertion ou le secteur social (2). La catégorie de formation majoritaire est la gestion (3).</p>	<p>« J'ai toujours vu mes parents foncer et bosser ma mère bossait sur les marchés mes grands-parents bossaient sur les marchés mon père était artisan à son compte » (SITE1-8). « On a beaucoup travaillé dans la restauration chacun, les grandes enseignes comme Mac Do et autres. En Australie il y avait des enseignes dans lesquelles on a travaillé (...) qui nous servira pour la rapidité et l'efficacité au sein de notre cuisine » (SITE7-7). « On avait vécu au Mexique et à Barcelone auparavant » (SITE5-2). « food truck ou non si vous n'avez pas d'expérience dans la restauration vous avez très peu de chances d'aboutir ». (CCE-6). « J'étais dans le textile je gérais des achats et de la production en Asie et voilà ça a été très difficile pour moi j'ai dit qu'il fallait arrêter mon vieux rêve c'était de travailler de faire de la cuisine (...) je me suis dit c'est le moment de me lancer ». (SITE4-4). « J'avais déjà une expérience de création d'entreprise de microstructure ». (SITE4-4). « Suivant ce que je vois dans toutes les autres structures où je suis passée et où j'étais salariée et du coup prendre cette approche là avec d'autres facettes ». (SITE3-1). « J'avais une grande expérience dans la gestion clientèle (dans l'hôtellerie), la vente et</p>

			<p>puis la dernière expérience au service commercial d'un restaurant m'a permis aussi d'apprendre tout ce qui est pratique : les coûts matière, les ratios marchandises, tout ce que je n'avais pas vu sur la partie hébergement les années précédentes ». (SITE6-1).</p>
	FORM	<p>La formation sert avant tout à renforcer la légitimité (4) : procédurale dans le cas des formations hygiène et sécurité ou personnelle (formations création d'entreprise ou à l'école Ferrandi). L'absence de formation en restauration peut se compenser par un degré élevé d'engagement personnel (1).</p>	<p>« J'ai fait une formation de snacking sucré salé chez Ferrandi pendant 3 jours ; l'idée c'est que comme on est pas issu de la restauration j'étais pas dans la pratique. C'est pour ça que je tenais beaucoup à faire une formation qui me mette dans le bain et me permette de prendre la mesure du métier ». (SITE6-13). « J'ai suivi la formation hygiène et sécurité de la chambre des métiers et puis voilà ». (SITE2-11). « Je suis allée me former sur les pâtes en gastronomie italienne dans une maison italienne, en dessert, puis chez un champion de pizza, je savais pas que ça existait mais en rencontrant ceux qui avaient fait cette formation chez les champions de pizza (ils m'ont dit les gens ils font cinquante kilomètres de détour pour venir chercher des pizzas chez nous ». (SITE1-3).</p>

META CATEGORIE PROJET	CATEGORIE THEMATIQUE Projet : Design	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses) Le design du projet s'élabore au fur et à mesure (3) en testant toutes les variables (1), sur la base des savoirs faire (1), avec la volonté de conserver le contrôle sur ce qui est décidé. Un autre site subi l'influence structurante des financeurs, ce qui lui fait adopter un projet s'éloignant du design initial.	VERBATIM
	<p>Projet : Nature</p>	<p>La nature du projet est dictée par une réponse opportuniste : la substitution de la ressource financière par la ressource « emplacement » (4). Le deuxième facteur est la flexibilité (mode projet, temporisation, organisation) (3). Enfin, le projet peut être motivé par une « réaction » (contre le salariat, et le travail pour un patron) (2)</p>	<p>« On se laisse un an on va voir et on mettra tout ça en question parce que toutes les conditions sont pas faciles l'hiver il fait froid l'été il fait chaud on est limitées par plein de choses et en fait on voit qu'après 15 mois on est pas forcément dans le projet supplémentaire on se laisse encore un peu de temps ». (SITE4-18). « J'ai pas fait d'étude, j'ai avancé de façon empirique et voilà je vous ait dit y a pas de business plan y a pas d'étude préalable ». (SITE2-8). « Un projet en dur on était limités si on est limité tout le temps on va jamais faire quelque chose de bien donc je vais démarrer avec un petit truc je vais faire mes preuves voir si physiquement je tiens je vais convaincre la banque que ça marche et puis ils vont me suivre après pour l'autre projet ». (SITE1-3). « On est vite arrivées à la conclusion que sachant que chacune avait des conditions financières ça conditionnait la façon dont on allait faire ça (...) Et l'idée vient d'abord de l'emplacement on savait que c'était une zone vraiment désertique en terme de commerce et d'offre et donc l'idée c'était vraiment de travailler là. » (SITE4-5). « Ce qui nous a amené à créer ce projet c'est déjà que l'on voulait créer une société tous les</p>

		<p>deux ; on a regardé les locaux qui étaient très chers, et pour le coup on s'est dit le camion c'est une tendance qui était en vogue et qui marchait déjà. Alors le temps de monter le projet ça nous a pris une bonne année» (SITE7-7).</p> <p>« On cherchait une idée depuis longtemps et le food truck c'était la bonne solution sachant que l'investissement est relativement limité et le risque si on se plante c'est pas la fin du monde ». (SITE5-2).</p>
--	--	---

META CATEGORIE	CATEGORIE THEMATIQUE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
PROJET	Projet Personnalisation	Le degré de personnalisation de l'offre est très élevé (5). Cette personnalisation permet de libérer la créativité (2) ou les convictions personnelles (2). La personnalisation facilite les interactions avec les clients (Voir PROXIMITE).	<p>« Du coup j'ai commencé à travailler avec tout ce qui est triporteur, tricycles et électrique qui écologiquement n'émet pas de CO2 ce qui est mes convictions (...) d'ailleurs du coup ça reflétait pas mal ma vision de faire ». (SITE3-3).</p> <p>« Parce que c'est quelque chose qui me plaît (...) c'est un produit qui permet d'apporter un peu de créativité j'ai une carte relativement étoffée donc ça permet de se lâcher un peu et toujours sans prendre de gros risques ». (SITE2-12).</p> <p>« En tant que graphiste c'est toute la partie création tout ce que je peux faire en forme en couleurs je le fais dans les pizzas du mois ou dans les recettes raffinées c'est là que je me fais plaisir ou j'ai le volume j'ai la couleur j'ai le cinquième le goût en plus sur mon support ». (SITE1-9).</p> <p>« Donc on a décidé de partir sur cette thématique afro antillaise qui nous représente parce que c'est nous c'est notre culture ». (SITE7-8).</p> <p>« On fait rien qui sort de la cuisine de Jupiter c'est de l'assemblage sur une base de féculent de viande de légumes, on fait des petits délices sur des recettes folkloriques des fois mais nos habitués ils trouvent ça sympa ils ont compris notre idée il y a un peu d'audace ». (SITE4-</p>

RESSOURCES	RES-CF	<p>L'obtention d'un emplacement est considéré comme une ressource de substitution au capital financier : c'est la raison pour laquelle les sites qui n'avaient pas assez de ressources financière ont choisi un projet de type food truck (5). Toutefois le montant d'investissement dans un camion n'est pas faible (de 50 000 à 70 000 euros) et positionne un tel projet dans une échelle de projet moyens.</p>	<p>14). « A la base je voulais ouvrir un bar à pâtes sous une enseigne franchisée et je ne trouvais pas d'emplacement numéro un dans mon budget. Et quand je voyais des emplacements numéro 2 ou 3 je me disais non c'est beaucoup trop risqué. J'ai cherché un local pendant un an et demi et plus le temps passait plus c'était inaccessible donc j'ai eu l'idée de prendre un camion ». (SITE1-2). « Un investissement maîtrisé plus ou moins modéré enfin c'était pas la même chose que d'acheter un fond de commerce ». (SITE4-5). « Pour beaucoup de porteurs de projets l'argument avancé est ça ne coûtera pas cher. Pas forcément tout de suite, c'est vrai sur les frais fixes mais au démarrage vous devez acheter le camion vous êtes dans les mêmes fourchettes qu'un local en dur. L'argument de départ je choisis le food truck parce que c'est moins cher moi j'en suis pas convaincu ». (CCE-16).</p>
RESSOURCES	RES-CO	<p>L'organisation s'appuie sur des binômes d'entrepreneurs (5) afin d'exploiter la complémentarité des compétences. Les statuts juridiques adaptés sont mis en place pour accompagner cette organisation (3).</p>	<p>« Le fait qu'on soit deux dans le projet, ça fait que quand il y en a un qui dit non c'est trop compliqué, il y a l'autre qui le rebooste donc ça permet aussi de concrétiser le projet ». (SITE5-3). « Nous sommes deux et notre statut on est associées et salariées, puisqu'on est en SAS ». (SITE4-2).</p>

META CATEGORIE PROJET	CATEGORIE THEMATIQUE RES-SF	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses) Les savoirs faire autres (gestion, graphisme, entrepreneur) servent à améliorer le design du projet ou les pratiques.	VERBATIM
<p align="center">TRAVAIL INSTITUTION -NEL</p>	<p align="center">Advocacy</p>	<p>La revendication est peu exprimée (3) ; elle concerne des sujets hétérogènes, sortir des « codes du salariat » (1), la critique des barrières à l'entrée et à la liberté d'entreprendre (1), la revendication culturelle (1).</p>	<p>« J'ai mis une année avant d'arriver à gérer les temps d'attente, j'ai mis les commandes au téléphone en place et puis surtout de mettre des aimants avec des numéros sur les commandes ». (SITE1-10).</p> <p>« Tout le monde est assez enthousiasmé par le fait de sortir des codes du salariat c'était vraiment une grosse motivation pour nous ». (SITE4-15).</p> <p>« C'est ça qui est un peu paradoxal en France, c'est que on se plaint qu'il y ait beaucoup de commerces qui galèrent mais ceux qui veulent vraiment créer des trucs on leur facilite pas la tâche (...) alors qu'on essaye pas d'aider les plus petits qui pourraient devenir plus gros (...) faute d'autorisations c'est une réalité quoi alors que des connus il y a eu une liste impressionnante de camions qui ont ouvert et une même liste impressionnante de camions qui ferment justement à cause de ce manque d'autorisations et de la difficulté de s'implanter ». (SITE5-14).</p> <p>« Bizarrement manger de la nourriture africaine c'est pas vraiment courant et pourtant on est quand même un peu nombreux en région parisienne ! ». (SITE7-8).</p> <p>« Ben comment ça nous est venu ? ... on est arrivés à Paris et on a vu quelques camions à côté du Camion qui Fume... ». (SITE5-2).</p>
	<p align="center">entrepreneur institutionnel</p>	<p>Le « Camion qui Fume » est cité spontanément comme référence du food truck par la quasi totalité des sites, son leadership est admis (6). Les temps d'attente</p>	

		<p>permettent de quantifier sa légitimité (2). Il a servi d'inspiration pour définir le projet de la majorité des sites (4) ; en revanche les sites qui ne s'en inspirent pas (2) tentent de réduire sa pratique à une légitimité pragmatique.</p> <p>Pour les collectifs, sa légitimité se confond avec celle de la capitale et génère une attente sur la politique qui sera suivie par Paris (1).</p>	<p>« Mme Fredericks (du Camion qui Fume) c'est clair que elle est hyper connue, elle a écrit des bouquins elle a fait l'école Ferrandi elle a une super notoriété si elle demande à être devant la gare Saint Lazare elle a plus de facilités à ce qu'on lui dise oui mais c'est logique aussi ». (SITE5-14).</p> <p>« Le Camion qui Fume c'est l'impact médiatique elle a mis le paquet là dessus c'est vraiment l'engouement de voir (...) le burger et les frites c'est pas révolutionnaire mais il y a un engouement indéniable auprès des jeunes ». (SITE4-19).</p> <p>« C'est vraiment étrange qu'il y ait une heure de queue (devant le Camion qui Fume) et l'autre food truck il y a personne devant les gens préfèrent attendre et faire la queue ». (SITE1-11).</p> <p>« Ca peut être intéressant de savoir comment Paris s'organise (...) ce serait intéressant d'avoir le retour de votre étude sur Paris puisque on entend dire que à part sur des marchés la ville de Paris n'est pas spécialement favorable à l'implantation des food trucks intra muros ». (MGR-1).</p> <p>« Je voulais trouver un partenariat avec un chef pour l'ouverture du resto (...) on va le faire progressivement (...) donc je vais essayer de construire des choses dans ce sens là ». (SITE1-27).</p>
	<p>Pratiques : construction de coalitions</p>	<p>Un site envisage d'effectuer des partenariats avec des chefs depuis qu'il est sédentaire.</p>	

META CATEGORIE TRAVAIL INSTTT.	CATEGORIE THEMATIQUE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
	Pratiques : Design	<p>La pratique s'appuie sur une démarche empirique en respectant des règles de rigueur et un soin du détail, en recherchant la créativité et la qualité (2).</p> <p>Le choix d'une régulation des commandes par l'attente résulte d'une réflexion approfondie (3) ; pour un site cela doit répondre à l'effort cognitif effectué par les clients (1) : il permet au client qui a fait l'effort de se déplacer de visualiser le temps et l'effort nécessaire pour être servi et d'intégrer cette pratique dans ses routines. Pour les autres sites (2) il ne faut pas bousculer les pratiques usuelles des clients et aller à leur rencontre en organisant la livraison (1) ou un rendez vous à une heure définie (1).</p>	<p>« Moi je me rends sur place et je regarde comment ça se passe. Je vais je m'assois et j'essaye de comptabiliser comment c'est assez rigolo ». (SITE3-6).</p> <p>« (sur les systèmes de fidélisation) J'y réfléchissais et je cherchais la solution je voulais pas de carte et je voulais un truc qu'on donne occasionnellement que quelqu'un puisse perdre c'est vicieux mais c'est réel il a qu'à être soigneux ! ». (SITE2-10).</p> <p>« (sur l'acceptation ou non des commandes groupées) Et donc ça a été des mois de discussion même entre nous ça a généré des soucis parce que des fois le service commençait et les commandes étaient pas terminées (...) (les clients) ils font l'effort de se déplacer et certains peuvent demander 10 commandes ça n'est pas possible les gens attendent derrière donc on a limité à deux et une le jeudi et le vendredi ». (SITE4-13).</p>
	Pratiques : Discours	<p>Un site a confiance de faire évoluer les pratiques par son action propre en lui conférant une dimension politique.</p>	<p>« Il faut que les gens sortent un peu enfin, moi ça il faut aussi déconnecter à un moment donné de son ordinateur, après les gens (...) sans voir le jour sans respirer un peu d'air, non non c'est assez terrifiant donc c'est un petit combat personnel aussi contre tout ça ». (SITE4-14).</p>
	Pratiques : Organes de	<p>Les mairies attribuant un emplacement n'effectuent pas de contrôle strict, contrairement à ce qui se fait sur les</p>	<p>« Il y a des mairies c'est surtout au début quand ils vous laissent l'espace ils vont dire</p>

	contrôle	marchés (1), la relation est basée sur le bon sens (2).	<p>c'est de bien utiliser les emballages bio dégradables un groupe électrogène qui fasse pas de bruit il y a pas énormément de choses (...) c'est du bon sens en fait ». (SITE5-13).</p> <p>« En ce qui concerne le marché la décision est collégiale elle se prend avec notre concessionnaire puisque on est en délégation de service public mais également avec le placier donc là on sait comment est organisé le marché ». (MGR-11).</p> <p>« Moi je pense que sans aller jusqu'à une régulation au sens strict du terme, on doit au moins avoir un droit de regard sur ce qui se fait ». (ENT 8-14).</p>
Pratiques : théorisation		Un site développe 5 projets de théorisation et d'éducation alors qu'il devient sédentaire.	<p>« Je vais attendre d'avoir le restaurant pour faire ...mon bouquin...lancer un coffret avec le livres des ingrédients...lancer une gamme de tabliers...donner des cours de panification...avoir un tablier pour les femmes... ». (SITE1-27).</p>

META CATEGORIE	CATEGORIE THEMATIQUE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
TRAVAIL INSTIT.	ENV-STR	<p>L'espace public se caractérise par un degré élevé d'enclassement d'acteurs institutionnels. Ces nombreux interlocuteurs ont des discours divergents sur la question de l'implantation.</p> <p>Les règles administratives françaises sont un frein à la liberté dans le design des projets et la facilité d'implantation (exemple de l'aménagement des camions).</p> <p>La superposition des couches institutionnelles laisse cependant des interstices, des espaces oubliés, ouvrant des opportunités d'installation (cas des zones frontalière entre plusieurs communes).</p> <p>Le secteur économique est scindé entre des « gros » acteurs qui fixent des barrières à l'entrée et préemptent les ressources, et les petits acteurs. Les food trucks ne sont pas assimilés aux commerçants résidents (voir FRAMING).</p> <p>Ces derniers ne s'identifient pas à un groupe structuré (voir RESEAU-AVAL) et sont soumis à une concurrence élevée.</p> <p>Il existe des événements configureurs de champs (ECC) qui définissent les termes de la légitimité des pratiques: les festivals permettant l'installation temporaire de food truck, l'enseigne Mac Donald référence de l'alimentation rapide en Région Parisienne et le MIN de Rungis qui diffuse des nouvelles pratiques culinaires.</p>	<p>« Ici en France c'est dur de faire changer les mentalités il y a des blocages ». (ELU-1).</p> <p>« On a vu au delà du territoire national un jeune homme sur Londres qui avait un super camion vraiment esthétique qui accroche l'œil...mais en France c'était quasiment interdit de ré agrandir un véhicule comme celui-ci (...) on nous a dit ça sera pas possible vous aurez jamais les autorisations de modifier un véhicule comme celui-ci ». (SITE6-6).</p> <p>« Les autorisations ont été quand même compliquées à obtenir. On savait qu'on était à un carrefour entre trois communes...donc on a contacté les trois personnes...on nous a dit ah ben non je voyais pas où c'était votre emplacement alors qu'on avait envoyé un plan avec la localisation (...) ben là il faut l'accord du conseil général et puis là on est reparties pour plusieurs mois de délai d'autorisation et avec aucune aide pour nous indiquer qui contacter ». (SITE4-7).</p> <p>« C'est pas les mêmes autorités en fait il faut les voir en cascade il faut l'accord de la commune quand même mais il faut l'accord du département enfin de la région ». (SITE2-8).</p> <p>« J'ai dû négocier avec le bailleur social et comme c'était à cheval sur deux communes le bailleur a exigé que j'aie l'accord des deux communes même si c'était pas sur la voie</p>

			<p>publique (...) bien que c'était une place privée ». (SITE1-22).</p> <p>« Le maire d'une municipalité près de Nancy avait donné une autorisation à un commerçant ambulancier et la mairie de Nancy s'est retournée contre lui parce qu'il aurait dû en aviser le Grand Nancy faisant partie de la grande agglomération ». (SITE6-8).</p> <p>« Les food trucks ça reste quand même un petit peu à part ça deviendra peut être une préoccupation un registre constant mais c'est pas le cas encore ». (MGR-16).</p>
	<p>GAME</p>	<p>Un langage propre au jeu est utilisé (6) pour expliquer un modèle d'équilibre : l'imprévisibilité et l'arbitraire sont des règles du jeu acceptées, le gain espéré pour les deux parties à l'issue de la phase de jeu est une convention d'installation pérenne. La légitimité s'obtient ainsi via le maintien de la situation d'équilibre.</p>	<p>« L'accord avec arrêté municipal pour un an reconductible il faut refaire la demande tous les ans, tous les ans c'est l'épée de Damoclès ». (SITE2-7).</p> <p>« On est dans une phase de test, qui va tirer son épingle du jeu, qui va cesser son activité et pourquoï pas pour certains une installation sédentaire ». (MGR-9).</p> <p>« Moi j'ai eu l'occasion de discuter avec le chef juste après la formation il m'a dit il faut pas rêver il y en a qui sortiront leur épingle du jeu mais ça a ses limites ». (SITE6-14).</p>

META CATEGORIE LEGITIMITE	CATEGORIE THEMATIQUE FRAMING	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
		<p>Ce sont les acteurs institutionnels des collectivités qui définissent le framing (3) en positionnant les food trucks dans une perspective sociale et de développement économique. Ce positionnement a trois conséquences :</p> <p>Sur les critères préalables à l'attribution d'un emplacement: l'évaluation du projet et de son porteur (origine géographique du porteur, pérennité du projet, création d'emploi, logique d'insertion...); la complémentarité entre les projets (en organisant la diversité de l'offre dans l'espace) ; enfin, la qualité.</p> <p>Sur les éléments de langage utilisés : entrepreneur, porteur de projet en contraste avec commerçants sédentaires ou de proximité pour la sphère des commerces du secteur privé.</p> <p>Sur une individualisation des parcours dans le cadre des mécanismes d'accompagnement des collectivités (par opposition au mécanismes collectifs des associations de commerçants).</p> <p>Les éléments de compréhension soulevés par les sites s'insèrent dans le framing énoncé par les représentants institutionnels: ils adhèrent à la représentation sociale et économique de leur activité (3), mettant en avant la création d'une dynamique économique complémentaire qui bénéficie aux commerces résidents (1) et l'absence de séparation de classe sociale entre les clients de food truck qui crée une dynamique et du plaisir (1).</p>	<p>« On l'a rencontré pendant une heure (la personne en charge des autorisations de vente ambulante), on a tout essayé on a essayé de lui faire comprendre elle c'était pas son souci elle répondait à des règles qui lui étaient imposées : en essayant de démontrer qu'on ne fait pas de concurrence déloyale que le public n'est pas le même que ça fait vivre une ville (...) mais non on s'est retrouvés face à une impossibilité de négocier les choses étaient clairement définies ». (SITE6-9).</p> <p>« La perception des mairies a évolué depuis les food trucks ça a créé des emplois quand même je pense que ça ils en sont conscients mais en même temps il y a le revers de la médaille avec les commerçants fixes ». (SITE1-23).</p> <p>« On met beaucoup d'argent sur l'accompagnement et on bloque beaucoup la création moi c'était ça qui était ma préoccupation ». (ELU-17).</p> <p>« Donc du coup c'est plutôt l'analyse de la personne qui se trouve en difficulté disons qui cherche un projet professionnel moi je ne me voyais pas interdire une solution de s'en sortir (...) parce que en fait si vous mettez la machine administrative en route on peut tout interdire pour X raisons (...) (certaines mairies) partaient sur un postulat que ce type de commerce porte préjudice au commerce</p>

			<p>sédentaire donc voilà avec moins de frais ils concurrencent les commerçants (...) moi je plaçais pour un changement de politique sinon on étrangle tout le monde». (ELU-4). « Il faut pas loupé le seuil d'intelligence au delà ça devient un exercice administratif (...) les fidéliser (les food trucks), en même temps les intégrer au développement commercial global ». (ELU-12). « Ceux qui sont à l'intérieur en restauration rapide et qui payent très cher leur patente le fait d'inviter des food trucks qui vont rien payer... ». (SITE1-13). « C'est vraiment étrange qu'il y ait une heure de queue (devant le Camion qui Fume) et l'autre food truck il y a une personne devant les gens préférèrent attendre et faire la queue ». (SITE1-11). « Le site 4 est celui qui a le plus grand succès sur l'emplacement de la division Leclerc le midi. Les clients commencent à faire la queue dès 11h30 et l'attente peut durer 20 minutes. Lors d'un essai le service a été interrompu pour cause de rupture de stock ». (Mémo terrain du chercheur). « On nous explique depuis toujours et on est assez d'accord ici aussi que ils souhaitent avoir des implantations de commerce de proximité ça c'est normal ». (CCE-7).</p>
		<p>Il existe un conflit d'intérêt entre les food trucks et les commerçants, portant sur l'asymétrie de charges fixes (1).</p> <p>Les files d'attente matérialisent la légitimité cognitive d'un food truck (3). Les réflexions intériorisées (taken for granted) suivent le framing initié par les acteurs de collectivité (voir FRAMING).</p>	
	<p>Légitimité Pragmatique</p>		
	<p>Légitimité Cognitive</p>		

META CATEGORIE LEGITIMITE	CATEGORIE THEMATIQUE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
	Légitimité Morale Conséquentielle	Les règles professionnelles de la restauration (HACCP...) ne sont pas facilement transférables à l'activité de restauration mobile. En l'absence de mécanismes de contrôle, la légitimité morale personnelle fixe ses critères (1).	« le HACCP il faut qu'on s'en inspire on ne me le demande pas (...) j'ai demandé un contrôle on m'a dit ah non ça ne se fait plus parce que maintenant on le fait sur dénonciation ... et après c'est à moi d'être vigilante...en fait il y a beaucoup de contraintes mais après chacun les respecte comme il peut». (SITE1-6).
	Légitimité Morale Personnelle	L'obtention de la légitimité morale personnelle est l'objectif principal recherché (3) à travers la pratique.	« Je crois que ce qui fait revenir le client à partir du moment où je suis pas compétent pour le faire revenir par des démarches marketing ou par mes inscriptions dans les réseaux mon atout pour le faire revenir c'est la qualité des produits je me trompe pas parce que ça marche ». (SITE2-15).
	Légitimité Morale Procédurale	Les collectivités seraient favorables à une régulation professionnelle du secteur (2), même si cela n'emporte pas l'adhésion de certains acteurs (1).	« Pourquoi pas mais dans mon esprit on sort un peu de l'esprit du food truck on arrive à un espèce de marché organisé à roulettes quoi bientôt il y aura des food truck qui vendront des chaussures ». (SITE2-9).
	Légitimité Morale Structurelle	Le versement des salaires générés par l'activité est le marqueur d'une première étape de légitimité structurelle (1), au même titre que l'évolution vers des statuts juridiques (3).	« Ca fait plus d'un an qu'on a démarré si on compte toute la partie amont en ouverture mais c'est nos premiers salaires c'est pas des salaires mirobolants mais ça nous garantit la maîtrise des choses ». (SITE4-17).
RESEAUX	RESEAU- AMONT	Les réseaux amont comprennent les associations professionnelles du secteur de la restauration, les dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise (Communauté d'agglomération, boutique de gestion,	« J'ai bénéficié d'un suivi avec Pôle Emploi et j'ai travaillé avec une boutique de gestion pendant 6 mois sur mon projet donc ça permettait d'avoir des échanges avec d'autres

	<p>Association Alexis...), les organismes de financement (DIRECETE, Hauts de Seine Initiative, Paris Initiative...).</p> <p>Ces réseaux ont eu une influence déterminante structurante et positive sur la nature ou le design du projet (5) selon trois axes : formation, échange d'idées et pilotage financier. Dans un cas, ces réseaux ont émis un avis défavorable sans empêcher les entrepreneurs de poursuivre (1).</p> <p>La collaboration avec ces réseaux amont favorise la légitimité des porteurs de projet et facilite l'attribution d'un emplacement par une mairie.</p>	<p>futurs entrepreneurs (...) et donc ça permet de prendre les bonnes décisions ». (SITE4-9).</p> <p>« On a été voir des associations de restaurateurs. On a vu une association qui nous a beaucoup aidé et nous a suivi. On a eu des contacts avec des personnes qui ont travaillé dans la restauration pendant 15 ou 20 ans, qui nous ont dit comment faire vers qui se tourner, qui nous ont donné des consignes». (SITE7-10).</p> <p>« J'ai développé un micro réseau de partenaires et de prescripteurs sur le territoire qui reçoivent d'une manière ou d'une autre les porteurs de projet (...) qui souhaitent être accompagnés ». (CCE-3).</p> <p>« Mais finalement on a trouvé qu'autour de nous les gens qui auraient pu nous aider et faire levier sur ce projet là ne nous suivaient pas on s'est dit qu'on va devoir constamment se battre demander des autorisations à droite à gauche ». (SITE6-11).</p>
--	---	---

META CATEGORIE RESEAUX	CATEGORIE THEMATIQUE RESEAU-AVAL	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
		<p>Deux types d'organisations sont intégrés sous l'appellation réseau aval : les associations de food truck (Street Food en Mouvement étant la plus connue) et les sites payants de géolocalisation de food truck.</p> <p>Les répondeurs sont unanimes sur le peu de d'apports de ces réseaux aval (5) qui ne semblent pas bien fonctionner que ce soit dans la phase de création du projet comme dans la phase ultérieure d'exploitation.</p> <p>Cette absence des réseaux est confirmée par les représentants des collectivités (3) qui n'ont jamais eu de contact avec ces associations, alors que le rôle positif sur la défense de leurs intérêts par les fédérations professionnelles est reconnu par les collectivités (1).</p>	<p>« Je me suis dit je vais adhérer pour voir (à Street Food en Mouvement) ils font une réunion dans l'année en fait ça apporte une image voilà on fait partie de tel (association) les gens peuvent penser alors qu'on est même pas contrôlés ». (SITE1-12).</p> <p>« Plein de promesses des associations étudiantes et puis rien n'est venu. Si je suis adhérent à l'association des commerçants mais cela n'a rien apporté. J'ai participé à la campagne des chèques commerçants cela m'a coûté et rapporté tout au plus une dizaine de clients. » (SITE2-1).</p> <p>« Associations ? Non, on avait souscrit sur des sites on avait pris un abonnement sur Monitinerant pour un peu de visibilité et puis la possibilité d'être mis en contact avec des gens qui auraient besoin pour des événements mais zéro retour aucun retour sur investissement ». (SITE4-9).</p> <p>« Il y a un moment où il faut se regrouper pour peser. Pourquoi pas plus tard peser en se regroupant auprès des communes pour obtenir des autorisations. Comme les différentes fédérations de secteurs qui pèsent qui font du lobbying. Après je pense qu'ils sont un peu jeunes je connais pas suffisamment l'historique pour savoir le secteur est peut être un peu jeune pour s'être déjà organisé ».</p>

		<p>La connexion à des réseaux d'infrastructure (EDF, CB, Transport Urbain) permet de mieux développer les pratiques (3) et de gagner en légitimité personnelle (1).</p>	<p>(CCE-17). « Finalement on arrive à se débrouiller (sans les réseaux) et à trouver des emplacements qui sont quand même intéressants, on se dit que ça aurait peut être facilité mais on a la réelle satisfaction de l'avoir obtenu nous-même ». (SITE5-6). « C'est plus compliqué d'obtenir des branchements EDF volants, c'est plus onéreux en plus donc j'ai fait le choix du groupe électrogène ; c'est limitant parce que c'est bruyant il y a certaines zones où ça ne passe pas ». (SITE2-8). « On est les seuls de tous les food trucks de la zone à avoir la Carte Bleue (...) surtout que maintenant les tickets restaurants vont être dématérialisés ça marche avec le lecteur CB ça va devenir un souci pour les food trucks qui n'ont pas de lecteurs les gens ne pourront plus (venir) ». (SITE4-12).</p>
--	--	---	--

META CATEGORIE	CATEGORIE THEMATIQUE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
ESPACE	Choix Ville	L'hétérogénéité de la politique des villes en matière d'attribution d'emplacements est un facteur d'incertitude et de fragilité (4). La ressource emplacement est aléatoire, ce qui accroît la pression concurrentielle entre les food trucks ; cette imprévisibilité peut pénaliser les villes qui souhaitent établir des partenariats.	<p>« C'est l'aspect compliqué de toute façon soit les mairies sont déirantes et demandent des loyers qui n'ont pas de sens (...) il y a des mairies qui veulent pas, d'abord pour une question d'image, parce que food truck égale malbouffe, on vous le dit jamais ouvertement mais il y a huit mairies sur dix qui veulent pas et puis avec les autres ben ça marche ou c'est compliqué ». (SITE2-6).</p> <p>« Lille, il avait eu les autorisations ; (...) Toulouse c'est pareil sans aucune difficulté il avait eu les autorisations (...) il y en avait un de Bordeaux (...) A Nancy, elle nous a dit clairement hier on a toujours refusé, aujourd'hui on refuse et demain on refusera encore ». (SITE6-14 et SITE6-9).</p>
	PROXIMITE	La proximité permet les échanges d'informations faciles avec les clients (4) ; la fixité dans un lieu permet une meilleure proximité. Plus la légitimité est élevée plus le rayon de proximité est grand. Le changement d'échelle peut nuire à la proximité. La proximité permet un accès privilégié à des emplacements (par connaissance du lieu ou bien par sélection des mairies).	<p>« Les événements privés qu'on a réussi à faire c'est via des gens qui sont venus nous voir des gens qui passent devant qui prennent le 475 qui va travailler à Saint Quentin en Yvelines ». (SITE4-10).</p> <p>« Avec le système de franchise et de multiplication elle est en train de se tirer une balle dans le pied (...) c'est forcément au détriment de la qualité et de la proximité avec le client (...) je pense que la démultiplication de l'échelle nuit forcément à la qualité ». (SITE2-16).</p> <p>« Vous voyez il y a quatre camion dans un</p>

		<p>périmètre de...je suis trop nulle en distance, mais c'est pas du tout loin...les gens ils sortent de l'IRSN ils peuvent se dire soit je mange là ou là (...) il y a pas de réelle concurrence entre les camions ». (SITE5-17).</p> <p>« On a accepté chacun notre ville à nous parce qu'on connaît bien la population on sait chacun combien ça peut être attractif ou non, alors que certaines villes que l'on ne connaît pas on sait pas ». (SITE7-1).</p>
<p>VAR-CO</p>	<p>La conception de l'espace est avant tout la prérogative de la sphère politique, un changement de majorité lors d'élections entraîne un changement de conception de l'espace (1).</p> <p>Les collectivités ont une stratégie spatiale, en cherchant à capter ou fixer sur leurs territoires des activités économiques. L'établissement de conventions a pour but de fixer les food trucks.</p> <p>Un événement survenu lors d'un entretien révèle les enjeux d'usage du domaine public entre différents acteurs privés, soumis à l'arbitrage institutionnel du politique. En effet, la conception des acteurs institutionnels est que l'espace est limité, il faut donc fixer des quotas.</p>	<p>« La nouvelle équipe municipale a défini un projet tout à fait différent avec éventuellement un changement total au niveau de l'implantation des commerces ». (MGR-6).</p> <p>« La vision c'était d'être une ville qui permet aux camions de s'installer mais en ayant un nombre qui ne tue pas ces initiatives, c'est à dire pas plus que trois quatre lorsqu'il y a un pôle quelque part ». (ELU-10).</p> <p>« Dans le cadre du développement économique le service pour lequel j'interviens a pour objectif l'attractivité du territoire de façon globale ». (CCE-1).</p> <p>« - Pour l'instant votre camion nous gêne pas mais à mon avis dans six mois (...)</p> <p>- Qu'est ce qui se passe ?</p> <p>- On va construire un bâtiment là (...) on a besoin d'avoir une emprise de deux mètres sur le domaine public ». (SITE2-5).</p>

META CATEGORIE ESPACE	CATEGORIE THEMATIQUE VAR-DE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
		<p>Les exploitants de food truck identifient le potentiel d'activité à en effectuant un découpage du territoire d'une ville et en recherchant les zones non ou peu exploitées (3); ils considèrent avoir une meilleure compétence que les villes pour effectuer ce découpage (1) ; ils sont critiques sur les découpages effectués par les mairies, car cela résulte soit en une concentration de la concurrence sur une zone limitée (1), soit une affectation sur des zones sans potentiel en périphérie de ville.</p> <p>Enfin, les zones frontières à cheval entre plusieurs villes sont mal identifiées par les acteurs territoriaux tandis que les food truck y voient une opportunité.</p> <p>Les acteurs institutionnels raisonnent en espace institutionnel homogène (la boucle sud du département 92 par exemple), ce qui peut être en décalage par rapport à des logiques d'implantation (positionnement du MIN de Rungis par exemple).</p>	<p>« Ce qui est un peu dommage c'est que dans une ville comme Paris dans certains quartiers il y a peu d'offres de restauration parce que c'est des zones un peu excentrées et ce serait bien pour des camions ». (SITE5-6).</p> <p>« Ils veulent pas pénaliser certains commerçants ils vont nous mettre dans une zone toute pourrie vraiment où il y aura une toute petite zone d'activité avec une dizaine de boîtes qui se battront, une zone où il y a pas du tout de potentiel ». (SITE5-16).</p> <p>« On souhaite que les food trucks soient situés généralement aux portes de la ville, là où il y a un besoin pas en intra muros ». (MGR-3).</p>
	VAR-DI	<p>Au delà d'un certain degré de dispersion géographique le projet food truck perd de sa cohérence.</p> <p>Les collectifs cherchent à éviter la dispersion des activités commerciales dans des zones hétérogènes.</p>	<p>« Dans les centre ville toutes les banques sont concentrées vous en avez huit avec un distributeur tous les trois mètres non là ici rien ». (SITE4-12).</p> <p>« Il y a quelques années il y avait beaucoup d'agences bancaires qui s'implantaient dans les centre ville et à un moment donné ça devenait un petit peu gênant parce que à chaque fois qu'un commerce de proximité fermait il était remplacé par une agence bancaire ». (CCE-7).</p>

	VAR-EC	Trois composantes définissent l'échelle d'un food truck : la quantité de repas servis, le temps unitaire de préparation, et la fréquence de service. L'échelle du food truck définit son positionnement de : plus petit à plus grand ; de projet social à projet à légitimité économique ou commerciale.	« vous apprenez au fur et à mesure ce que c'est qu'un bon emplacement (basé sur des seuils de potentiel 10/30/50 clients) quelle est votre capacité et puis ce que vous faisiez en une heure vous le faites en dix minutes ». (SITE5-10).
	VAR-FR	L'action de franchissement est vécue par l'ensemble des food trucks (5) mais diversement appréciée : certains ne souhaitent pas franchir les frontières urbaines (par exemple de banlieue vers Paris) car cela remet en cause la légitimité morale personnelle enchâssée dans un territoire; pour d'autres c'est une nécessité, la recherche d'emplacements en s'éloignant par cercles concentriques à partir de leur lieu de rattachement.	« Ils voulaient nous faire venir en Suisse (...) j'ai dit on gagne rien j'y vais pas ». (SITE1-14). « Ils m'ont demandé d'ouvrir une boutique dans Paris et j'ai dit non vous avez ce qu'il faut à Paris, moi j'habite en banlieue certes la banlieue c'est pas Paris en plus j'ai fidélisé mes clients je vais pas partir ». (SITE1-17). « On s'est rendus compte que Paris c'était pas possible alors on s'est rendu en petite couronne et pour faire que les villes intéressantes (...) et puis vous voyez que ça marche pas il faut aller un peu plus loin ». (SITE5-5).

META CATEGORIE ESPACE	CATEGORIE THEMATIQUE VAR-LOC	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
		<p>L'emplacement est la ressource première pour démarrer l'activité de food truck (6) et conditionne son succès.</p> <p>L'attribution de cette ressource n'est pas régulée, les acteurs développent des stratégies de préemption.</p> <p>Les critères de valorisation d'un emplacement sont : la fixité (un emplacement permettant une présence régulière), la proximité avec des repères logistiques (famille, laboratoire, parking du camion).</p> <p>Le marché est considéré comme un emplacement « hors territoire » soumis à d'autres règles : bien que disposant d'un accès plus facile, il est considéré comme moins fixe en raison des horaires contraints.</p> <p>Les acteurs territoriaux favorisent l'attribution d'emplacements ou l'accès aux systèmes d'accompagnement aux personnes résidant dans l'espace institutionnel afférent (la ville, la communauté...) (3).</p>	<p>« On a débuté l'activité en Mars 2013 mais on avait déjà des autorisations qui étaient très bien parties parce que on a pas commencé sans rien avoir ». (SITE5-4).</p> <p>« Sur deux camions engagés dans l'opération il y en a un qui a bien bossé qui était dans une rue bien placée et l'autre qui était pas bien placé dans un parc les gens sont pas venus ». (SITE1-14).</p> <p>« Les emplacements se vendent pas ici c'est renouvelé tous les ans pour le droit de stationnement et après selon les mairies soit ils nous imposent la place, soit on peut proposer la place ». (SITE1-15).</p> <p>« Le marché est le meilleur endroit pour voir la faisabilité de son projet et pour se faire connaître il faut commencer par le marché ». (MGR-7).</p> <p>« Nous recevons tous les porteurs de projet et la seule condition c'est qu'ils habitent une de nos villes ou qu'ils souhaitent s'y implanter ». (CCE-3).</p>
	VAR-MO	<p>Il existe deux échelles de mobilité : la mobilité exploratoire qui consiste à changer d'emplacement après avoir expérimenté un emplacement et statué sur son faible potentiel ; la mobilité d'exploitation qui consiste à avoir une fréquence élevée de changement d'emplacement chaque jour. Cette seconde mobilité ne permet pas de fidéliser la clientèle.</p>	<p>« C'est sûr que ce concept nomade les gens s'y projettent assez facilement. Le fait d'être nomade de circuler de s'adapter d'aller là où les gens sont moi je trouve que le concept correspond à ce qui pourrait fonctionner aujourd'hui ». (SITE6-15).</p> <p>« Le laboratoire où je base le camion ça c'est</p>

		<p>La pratique de mobilité d'exploitation nécessite de recourir à l'une des deux stratégies : produit ayant un impact visuel fort (différenciation) ou bien produit de commodité (standardisation).</p>	<p>la contrainte (...) je me suis limitée à une demi heure de circulation c'est pour ça que j'ai cherché toutes les communes autour ». (SITE1-17).</p> <p>« Dans la mesure où je suis toujours au même endroit je suis quasiment assimilé à un point fixe et les gens me retrouvent régulièrement ». (SITE2-14).</p> <p>« Ca nous arrangeait de commencer là où on avait pas trop de clients ce qui nous a permis de nous rôder de voir si ça plaisait de faire des essais au fur et à mesure on a trouvé de plus en plus d'emplacements...et puis voilà au bout de 8 mois d'activité on arrive toujours pas à faire des semaines complètes c'est une vraie galère ». (SITE5-10).</p>
	VAR-PE	<p>Les répondeurs désignent les emplacements sur lesquels ils travaillent (4) en usant des codes de noms propres.</p> <p>Les répondeurs marquent le terrain en installant des éléments visuels (tables et chaises, échelle...) (2) et à l'orientation du camion.</p>	
	VAR-VE	<p>Le food truck crée un nouvel espace vécu (1). Cette expérience vécue est interprétée comme légitimante par l'institution (1).</p>	<p>« Je n'ai jamais eu de retour d'une identification aussi forte (à un commerce par les habitants de la ville)...mais s'identifier à ce commerce parce que là c'est vraiment l'artisanat ». (ELU-13).</p>

META CATEGORIE TEMPS	CATEGORIE THEMATIQUE SEQUENCE	DESCRIPTION (le nombre d'occurrence est indiqué entre parenthèses)	VERBATIM
		<p>La séquence de montage du projet est : obtention d'une autorisation d'emplacement avant d'investir dans un camion (4). Le manque de visibilité sur la gestion des listes d'attente d'emplacement peut compliquer ce processus (1).</p> <p>De ce fait, les mairies qui attribuent les autorisations n'ont pas accès à des données économiques quantifiées (1).</p>	<p>« Il faut d'abord avoir les autorisations avant d'investir (...) sinon ça veut dire que la sélection elle s'est faite à l'envers ». (SITE3-6).</p> <p>« On a peut être perdu du temps sur la recherche du véhicule on aurait dû avant aller se renseigner sur les éventuelles autorisations qui auraient pu nous être données dans le cadre de cette activité ». (SITE6-7).</p>
	STATS	<p>Le point mort pour un FT est d'environ 60 repas par jour (3).</p> <p>Le taux de refus après demandes d'emplacement est de 95% (2).</p> <p>Le nombre de demandes d'emplacements en mairie a connu un pic en 2013 (1) avec 15 demandes pour se stabiliser à une demande tous les 3 mois. Les projets d'accompagnement ont connu un pic en 2014, avec 7 projets sur la communauté d'agglomération.</p> <p>Ils représentent 1 à 3% de l'ensemble des projets accompagnés sur la communauté d'agglomération.</p>	
	DELAIS	<p>Le temps est une variable importante :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'obtention d'un emplacement met environ 6 mois - un projet se monte en environ 1 an (avant projet 8 mois) - la constitution d'une clientèle dans un restaurant fixe est de 8 à 12 mois. Un food truck se partageant sur plusieurs sites cela allonge la durée de captation de la clientèle. - le passage d'un statut de food truck a celui de restaurant fixe a pris 6 ans. 	

Annexe 7 : Matrice par variable thématique du codage du Slow Food

Phase chronologique	FRAMING	PRO-NA	RESEAU-AVAL	VAR-FR	VAR-LOC	ENV-EXT
La révolte du Goût	« La Gauche a le droit au goût »	Conseiller municipal à Bra (1979-1981) Première radio libre en Italie. Festivals de musique traditionnelle (1979)	Détournement de l'institution existante de l'ARCI. Réseaux intellectuels (La Gola).	Rencontre avec les milieux culturels de Turin et Milan.	Attache à la ville de BRA.	1982 : repas de l'ARCI à Montalcino, événement révélateur
La culture du Vin	« Instauration pyramidale Bourguignonne en Italie »	ArciGola Guide des vins d'Italie (1988) Stand à Vinitaly (1991) Ateliers du goût	Association avec des vigneronns (Gaja)	Franchir la barrière géographique et sociale qui divise le territoire des Langhe	Vinitaly est la première participation à un salon international (type de VAR-LOC)	1986 : le scandale du vin au méthanol cause 23 morts en Italie
Le Slow Food culturel	« Lutter contre l'hégémonie culturelle déterritorialisée »	Manifeste Slow Food (1987) Guide des Osterie d'Italie (1990)		Franchissement vers la France	PARIS	1986 : ouverture d'un Mc Donald à Rome
Le Slow Food économique	« Rééquilibrer les relations économiques entre producteurs pauvres et consommateurs pauvres »	Salon du (1996) Soutien de la région Piémont Congrès d'Orvieto réunit l'Arcigola et le Slow Food de Paris (1997)	Soutien de Dario Fo lors de son discours de Prix Nobel et de Massimo D'Alema Création du réseau		TURIN	Crise du Made in Italy

Les Presidi	« Sauver les territoires restaurant productions locales »	Salon Slow Fish (2004)	CittàSlow Soutien de la région Ligurie	Franchissement topographique vers d'autres réseaux professionnels et institutionnels.	Visite des Cinq Terre par Petri
Terra Madre	« Protéger la bio diversité » Problème de la distance dans la chaîne agro alimentaire	Création des Presidi (1999)	Entrée des acteurs institutionnels aval dans le réseau (parcs naturels, régions...).	Ouverture internationale : processus de mondialisation.	Violences au G8 à Gènes Loi de la région Toscane pour la protection des semences régionales et contre les OGM

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Abbott, A., 1990. Measuring resemblance in sequence data: An optimal matching analysis of musicians' careers. *American Journal of Sociology*, 96: 144-185.
- Abell, P., Felin, T. & Foss, N., 2008. Building micro-foundations for the routines, capabilities, and performance links. *Managerial and Decision Economics*, 29(6), pp.489–502.
- Albarello, L., 2003. *Apprendre à chercher: l'acteur social et la recherche scientifique*. De Boeck Supérieur.
- Allard-Poesi, F., 2003. *Coder les données*, Caen: EMS.
- Allard-Poesi, F., 2011. Le codage n'est pas un «truc» méthodologique ou du codage comme «problématisation». *Le libellio d'Aegis*, 7(3), pp.3–8.
- Allard-Poesi, F. & Perret, V., 2004. La construction collective du problème dans la recherche-action : difficultés, ressort et enjeux. *Finance, Contrôle Stratégie*, 7(4), pp.5–36.
- Allard-Poesi, F. & Perret, V., 2014. Fondements épistémologiques de la recherche. In R.-A. Thiétart, ed. *Méthodes de Recherche en Management*. Paris: Dunod, pp. 14–46.
- Amorim, M.-A., 1999. A Neurocognitive Approach to Human Navigation. In R. G. Golledge, ed. *Wayfinding Behavior: Cognitive Mapping and Other Spatial Processes*. pp. 152–167.
- Anenberg, E. & Kung, E., 2015. Information technology and product variety in the city: The case of food trucks. *Journal of Urban Economics*, 90, pp.60–78.
- Angué, K., 2009. Rôle et place de l'abduction dans la création de connaissances et dans la méthode scientifique peircienne. *Recherches Qualitatives*, 28(2), pp.65–94.
- Angué, K. & Mayrhofer, U., 2010. Coopérations internationales en R&D : les effets de la distance sur le choix du pays des partenaires. *M@n@gement*, 13(1), pp.1–37.
- Aoki, M., 2007. Endogenizing institutions and institutional changes. *Journal of Institutional Economics*, 3(01), p.1.
- Aoki, M., 2001. *Toward a Comparative Institutional Analysis*, MIT.
- Arendt, H., 2002. *Les origines du totalitarisme* P. Bouretz, ed., Paris: Gallimard, Quarto.
- Asheim, B., 2000. Industrial Districts : The Contributions of Marshall and Beyond. In *Oxford Handbook of Economic Geography*. pp. 413–431.
- Augé, M., 1992. *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la modernité*, Paris: Editions du seuil.
- Ayache, M. & Dumez, H., 2007. Le codage dans la recherche qualitative : une nouvelle perspective ? *Le libellio d'Aegis*, 3, pp.1–28.
- Bagnasco, A., 2010. Sociétés urbaines et nouvelle économie.
- Bailly, A.S., 1985. Distances et espaces : vingt ans de géographie des représentations. *L'espace Géographique*, (3), pp.197–205.

- Bair, J., 2010. Les cadres d'analyse des chaînes globales. *Revue Française de Gestion*, 2010/2(201), pp.103–119.
- Barney, J., 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage Anonymous, ed. *Journal of Management*, 17(1), pp.99–120.
- Bathelt, H. & Schuldt, N., 2010. International Trade Fairs and Global Buzz, Part I: Ecology of Global Buzz. *European Planning Studies*, 18(12), pp.1957–1974. 2013
- Bathelt, H. & Turi, P., 2011. Local, global and virtual buzz: The importance of face-to-face contact in economic interaction and possibilities to go beyond. *Geoforum*, 42(5), pp.520–529.
- Batjargal, B., Hitt, M. & Tsui, A., 2012. Institutional Polycentrism, Entrepreneurs' Social Networks and New Venture Growth. *Academy of Management Journal*, 56(4), pp.1024–1049.
- Battilana, J., 2006. Agency and Institutions: The Enabling Role of Individuals' Social Position. *Organization*, 13(5), pp.653–676.
- Battilana, J. & Casciaro, T., 2012. Change Agents, Networks, and Institutions: A Contingency Theory of Organizational Change. *Academy of Management Journal*, 55(2), pp.381–398.
- Becattini, G., 1992. Le district industriel : milieu créatif. *Espace et Sociétés*, 66, p.100.
- Blanc, A., Drucker-Godard, C. & Ehlinger, S., 2014. Exploitation des données textuelles. In R.-A. Thiétart, ed. *Méthodes de Recherche en Management*. Paris: Dunod, pp. 551–573.
- Blanc, A. & Huault, I., 2014. Against the digital revolution? Institutional maintenance and artefacts within the French recorded music industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 83, pp.10–23.
- Blanc, A. & Huault, I., 2010. Reproduction de l'ordre institutionnel face à l'incertitude. Le rôle du discours des majors dans l'industrie musicale. *Revue française de gestion*, 36(203), pp.85–99.
- Boltanski, L. & Chiappello, E., 1999. *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris: Gallimard, Essais.
- Boschma, R., 2005. Proximity and innovation. A critical assesment. *Regional Studies*, 39(1), pp.61–74.
- Boschma, R. & Frenken, K., 2010. The spatial evolution of innovation networks. A proximity perspective. In R. Boschma & R. Martin, eds. *The Handbook of evolutionary economic geography*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar, pp. 120–136.
- Bouba-Olga, O. & Zimmermann, J.-B., 2004. Modèles et mesures de la proximité. In *Economies de Proximités*. Lavoisier, pp. 89–111.
- Bourdieu, P., 1994. *Raisons pratiques* Editions d., Paris.
- Bourdieu, P and Passeron, J.C., 1977. *Reproduction in Education, Society, and Culture*, Beverly Hills, Sage
- Boyer, R., 2003. *Les institutions dans la théorie de la régulation*,
- Burrell, G. & Dale, K., 2003. Building better worlds ? Architecture and critical management studies. In M. Alvesson & H. Willmott, eds. *Studying Management Critically*. London: Sage, p. 230.

- Burt, R.S., 1997. Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 42, pp.339–365.
- Camerer, C., Loewenstein, G. and Prelec, D., 2005. Neuroeconomics: how neuroscience can inform economics. *Journal of Economic Literature*, 43, 9–64.
- Carr, A. & Hancock, P., 2002. Art and Aesthetics at Work: An Overview. *TAMARA: Journal of Critical Postmodern Organization Science*, 2(1), pp.1–7.
- Chabaud, D., Partenay, C. & Perez, Y., 2005. Évolution de l'analyse northienne des institutions La prise en compte des idéologies. *Revue économique*, 56(3), pp.691–703.
- Chabaud, D., Parthenay, C. & Perez, Y., 2004. *Stability and Change in Northian analysis 1990-2004*,
- Charreire, S., 2003. Les rôles de la migration et de la légitimation des savoirs dans l'apprentissage organisationnel : études de cas . *Finance, Contrôle Stratégie*, 6(2), pp.115–153.
- Charreire-Petit, S. & Durieux, F., 2014. Explorer et tester : les deux voies de la recherche. In R.-A. Thiéart, ed. *Méthodes de Recherche en Management*.
- Chauvet, V. & Chollet, B., 2010. Management et réseaux sociaux. *Revue Française de Gestion*, 3(202), pp.79–96.
- Cloutier, C. & Langley, a., 2013. The Logic of Institutional Logics: Insights From French Pragmatist Sociology. *Journal of Management Inquiry*, 22(4), pp.360–380.
- Colletis-Wahl, K. & Perrat, J., 2004. Proximités et dynamiques spatiales. In *Economies de Proximités*. Lavoisier, pp. 115–131.
- Collis, D. J., 1994. Research note: how valuable are organizational capabilities? *Strategic Management Journal*, 15, 143–52.
- Connellan, K., 2013. The Psychic Life of White: Power and Space. *Organization Studies*, 34(10), pp.1529–1549.
- Costas, J., 2013. Problematizing Mobility: A Metaphor of Stickiness, Non-Places and the Kinetic Elite. *Organization Studies*, 34(10), pp.1467–1485.
- Cresswell, T., 2010. Towards a politics of mobility. *Environment and Planning D: Society and Space*, 28(1), pp.17–31.
- Cyert, R. and March, J. G., 1963. *A Behavioral Theory of the Firm*, Englewood Cliffs, Prentice Hall
- Dale, K., 2005. Building a Social Materiality: Spatial and Embodied Politics in Organizational Control. *Organization*, 12(5), pp.649–678.
- Dale, K. & Burrell, G., 2008. *The spaces of organisation and the organisation of space : power, identity and materiality at work*, Palgrave Macmillan.
- Dansou, K. & Langley, A., 2012. Institutional Work and the Notion of Test. *M@n@gement*, 15(5), pp.502–527.
- Darbellay, F., 2011. Vers une théorie de l'interdisciplinarité? Entre unité et diversité. *Nouvelles perspectives en sciences sociales*, 7(1), p.65.
- David, A., 1999. Logique, épistémologie et méthodologie en sciences de gestion. *Conférence de l'AIMS*, pp.1–23.

- Davidsson, P., 2005. *Researching Entrepreneurship*, Springer.
- Deephouse, D.L. & Suchman, M., 2008. Legitimacy in Organizational Institutionalism. In R. Greenwood et al., eds. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. Sage, pp. 49–77.
- Degenne, A., 2004. Les réseaux Sociaux. *Mathematics and social Sciences*, 168(4), pp.5–9.
- Delacour, H. & Leca, B., 2011. Grandeur et décadence du Salon de Paris : une étude du processus de désinstitutionnalisation d'un événement configurateur de champ dans les activités culturelles. *M@n@gement*, 14(1), pp.47–78.
- Demil, B. & Lecocq, X., 2010. Business Model Evolution: In Search of Dynamic Consistency. *Long Range Planning*, 43(2-3), pp.227–246.
- DiMaggio, P., 1997. Culture and Cognition. *Annual Review of Sociology*, 23(1), pp.263–287.
- DiMaggio, P., 1994. Culture and Economy. In *The handbook of economic sociology*. pp. 27–57.
- DiMaggio, P., 1988. Interest and agency in institutional theory. In L. G. Zucker, ed. *Institutional patterns and organizations: Culture and environment*. Cambridge, MA: Ballinger, pp. 3–22.
- DiMaggio, P. & Powell, W.W., 1983. The iron cage revisited : Institutional Isomorphism and collective rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48, p.p 1750–1762.
- DiMaggio, P. J. and Powell W. W., 1991. The Iron Cage Revisited : Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, in Powell (W. W.), DiMaggio (P. J.), eds, *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago, The University of Chicago Press
- Di Maggio, P.J. & Powell, W.W., 1997. Le néo-institutionnalisme dans l'analyse des organisations. *Politix*, 10(40), pp.113–154.
- Dimou, M., 1994. The industrial district: A stage of a diffuse industrialization process—the case of Roanne. *European Planning Studies*, 2(1), pp.23–38.
- Donada, C. & Mbengue, A., 2014. Méthodes de classification et de structuration. In R.-A. Thiétart, ed. *Méthodes de Recherche en Management*. Paris: Dunod, pp. 473–497.
- Douglas, M., 2004. *Comment pensent les institutions*, Paris: Editions La Découverte.
- Dumez, H., 2013a. *Méthodologie de la recherche qualitative*, Paris: Magnard, Vuibert.
- Dumez, H., 2013b. Une logique particulière de découverte scientifique : l'abduction. In *Méthodologie de la recherche qualitative*. Paris: Vuibert, p. 227.
- Dupuy, J.-P., 1989. Convention et Common knowledge. *Revue économique*, 40(2), pp.361–400.
- Duranton, G. et al., 2008. *Les pôles de compétitivité Que peut-on en attendre ?*,
- Durkheim, E., 1997. *Leçons de sociologie* 3rd ed. Presses Universitaires de France, ed., Paris.
- Eco, U., 1988. *Sémiotique et philosophie du langage*, Paris: Presses Universitaires de France.
- Eisenhardt, K.M., 1989. Building Theories from Case Study Research A. M. Huberman & M. B. Miles, eds. *Academy of Management Review*, 14(4), pp.532–550.

- Eisenhardt, K.M. & Graebner, M.E., 2007. Theory building from cases : opportunities and challenges A. M. Huberman & M. B. Miles, eds. *Academy of Management Journal*, 50(1), pp.25–32.
- Escotier, B. & Pagès, J., 1998. *Analyses factorielles simples et multiples* 3rd ed., Paris: Dunod.
- Esparza, N., Walker, E.T. & Rossman, G., 2013. Trade Associations and the Legitimation of Entrepreneurial Movements: Collective Action in the Emerging Gourmet Food Truck Industry. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(2 Suppl), p.143S–162S.
- Fann, K.T., 1970. *Peirce's theory of Abduction*. The Hague : Mouton de Gruyter.
- Felin, T. et al., 2012. Microfoundations of Routines and Capabilities: Individuals, Processes, and Structure. *Journal of Management Studies*, 49(8), pp.1351–1374.
- Ferrary, M., 2010. Dynamique des réseaux sociaux et stratégies d'encastrement social. *Revue d'économie industrielle*, 129-130, pp.171–202.
- Filippi, M. & Torre, A., 2002. Organisations et institutions locales . Comment activer la proximité géographique par des projets collectifs ? In *Actes du Colloque SYAL. GIS SYAL Montpellier*. pp. 16–18.
- Fligstein, N., 1997. Social Skill and Institutional Theory. *American Behavioral Scientist*, 40(4), pp.397–405.
- Fligstein, N., 2001. *Social Skill and the Theory of Fields*, Berkeley.
- Foss, K. & Foss, N.J., 2005. Resources and transaction costs: How property rights economics furthers the resource-based view. *Strategic Management Journal*, 26(6), pp.541–553.
- Foucault, M., 1973. *Ceci n'est pas une pipe, Fata Morgana*.
- Fujita, M. & Krugman, P., 1995. When is the economy monocentric ? von Thünen and Chamberlin unified. *Regional science and urban economics*, 25, pp.505–528.
- Gartner, W.B., 1998. Who is an entrepreneur? Is the wrong question, *American Journal of Small Business*.
- Garud, R., Hardy, C. & Maguire, S., 2007. Institutional Entrepreneurship as embedded agency: an introduction to the special issue. *Organization Studies*, 28(7), p.957.
- Gavard-Perret, M. et al., 2008. *Méthodologie de la recherche*, Paris: Pearson.
- Ghemawat, P., 2001. Distance Still Matters. *Harvard Business Review*, 79(September), pp.137–147.
- Gilly, J.-P. & Torre, A., 2000. Dynamiques de proximité : introduction. In *Dynamiques de proximité*. Editions l'Harmattan, p. 301.
- Girin, J., 1986. L'objectivation des données subjectives. Eléments pour une théorie du dispositif dans la recherche interactive. *Qualité des informations scientifiques en gestion, Méthodologies fondamentales en gestion*, 170-186.
- Glaser, B.G. & Strauss, A.L., 2010. *La découverte de la théorie ancrée. Stratégies pour la recherche qualitative*. Collection., Paris: Armand Colin.

- Greenwood, R. & Suddaby, R., 2006. Institutional entrepreneurship in mature fields: The big five accounting firms. *Academy of Management Journal*, 49(1), pp.27–48.
- Greenwood, R., Suddaby, R. & Hinings, C.R., 2002. Theorizing Change : The Role Of Professional Associations In The Transformation Of Institutionalized Fields. *Academy of Management Journal*, 45(1), pp.58–80.
- Gregory, T., 2011. The Rise of the Productive Non-Place: The Contemporary Office as a State of Exception. *Space and Culture*, 14(3), pp.244–258.
- Grossetti, M. & Filippi, M., 2004. Proximité et relations interindividuelles. In B. Pecqueur & J.-B. Zimmermann, eds. *Economies de Proximités*. Paris: Lavoisier, pp. 45–64.
- Guetzkow, H., 1950. Unitizing and Categorizing Problems in Coding Qualitative Data. *Journal of Clinical Psychology*, 6(1), pp.47–58.
- Gwartney, J. & Lawson, R., 2003. The Concept and Measurement of Economic Freedom. *European Journal of Political Economy*, 19(3), 405-30.
- Haas, A. et Pokrovsky A., 2016. Nourrir la proximité pour créer une opportunité : une analyse de la cognition des managers de Food Trucks en région parisienne. *Communication acceptée pour l'Atelier AIMS "Ressources, compétences et capacités dynamiques"*, Paris.
- Hannam, K., Sheller, M. & Urry, J., 2006. Editorial: Mobilities, Immobilities and Moorings. *Mobilities*, 1(1), pp.1–22.
- Hansen, H., 2008. Abduction. In D. Barry & H. Hansen, eds. *The Sage Handbook of New Approaches in Management and Organization*. Sage, pp. 454–463.
- Hardy, C. & Maguire, S., 2008. Institutional Entrepreneurship. In R. Greenwood et al., eds. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. Sage, pp. 198–217.
- Hargadon, A.B. & Yellowlees, D., 2001. When Innovations Meet Institutions : Edison and the Design of the Electric Light. *Administrative Science Quarterly*, 46(3), pp.476–501.
- Harvey, D., 1989. *The Condition of Postmodernity* Oxford: Blackwell
- Helfat, C., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M. A., Singh, H., Teece, D. J. and Winter, S. G., 2007. *Dynamic Capabilities. Understanding Strategic Change in Organizations*. Blackwell: Cambridge, MA.
- Helfat, C. E., et Peteraf, M. A., 2014. Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*.
- Henisz, W. J., 2002. The institutional environment for infrastructure investment. *Industrial and corporate change*, 11(2), 355-389.
- Hernes, T., 2004. *The Spatial Construction of Organization*, Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins.
- Hoffman, A. J., 1999. Institutional evolution and change: Environmentalism and the US chemical industry. *Academy of Management Journal* 42: 351–371.
- Holmes, R.M. et al., 2013. The Interrelationships among Informal Institutions, Formal Institutions, and Inward Foreign Direct Investment. *Journal of Management*, 39(2), pp.531–566.

- Huault, I. & Leca, B., 2009. Pouvoir : une analyse par les institutions. *Revue française de gestion*, 35(193), pp.133–149.
- Hwang, H. & Colyvas, J. a., 2010. Problematizing Actors and Institutions in Institutional Work. *Journal of Management Inquiry*, 20(1), pp.62–66.
- Jennings, P. D. and Greenwood, R., 2003. Constructing the iron cage: institutional theory and enactment. In Westwood, R. and Clegg, S. (Eds), *Debating Organization: Point-Counterpoint in Organization Studies*. Malden, MA: Blackwell, 195–207.
- Jensen, J.L., 2010. Augmentation of Space: Four Dimensions of Spatial Experiences of Google Earth. *Space and Culture*, 13(1), pp.121–133.
- Jepperson, R. J., 1991. Institutions, Institutional Effects and Institutionalism, in Powell (W. W.), DiMaggio (P. J.), eds, *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago, The University of Chicago Press.
- Johnson, R.B., Onwuegbuzie, J.A. & Turner, A.L., 2007. Toward a Definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), pp.112–133.
- Kaghan, W. & Lounsbury, M., 2010. Institutions and Work. *Journal of Management Inquiry*, 20(1), pp.73–81.
- Kahneman, D. and Tversky, A., 1979. Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 47, 263–91.
- Kisfalvi, V. & Maguire, S., 2010. On the Nature of Institutional Entrepreneurs: Insights From the Life of Rachel Carson. *Journal of Management Inquiry*, 20(2), pp.152–177.
- Koenig, G., 1996. *Management stratégique : paradoxes, interactions et apprentissages*, Paris: Nathan.
- Koenig, G., 2006. Théories mode d ’ emploi. *Revue française de gestion*, 1(160), pp.9–27.
- Krugman, P., 2000. Where in the World is the “New Economic Geography” ? In G. L. Clark, M. P. Feldman, & M. S. Gertler, eds. *The Oxford Handbook of Economic Geography*. pp. 49–60.
- Laroche, H., 2011. Réflexions sur le codage. *Le Libellio d’AEGIS*, 7(3), pp.9–10.
- Lauriol, J., Perret, V. & Tannery, F., 2008a. L’espace et le territoire dans l’agenda de recherche en stratégie. *Revue française de gestion*, 34(184), pp.181–198.
- Lauriol, J., Perret, V. & Tannery, F., 2008b. Stratégies, espaces et territoires. Une introduction sous un prisme géographique. *Revue française de gestion*, 34(184), pp.91–103.
- Lawrence, T., Suddaby, R. & Leca, B., 2010. Institutional Work: Refocusing Institutional Studies of Organization. *Journal of Management Inquiry*, 20(1), pp.52–58.
- Lawrence, T.B. et al., 2006. Institutions and Institutional Work. In S. R. Clegg et al., eds. *Handbook of organization studies*. London: Sage, pp. 215–254.
- Lazega, E., 1998. *Réseaux sociaux et structures relationnelles*, Presses Universitaires de France.
- Lebart, L., Morineau, A. & Piron, M., 2000. *Statistique exploratoire multidimensionnelle* 3rd ed., Paris: Dunod.
- Leca, B. et al., 2006. Institutional entrepreneurs as competing translators: a comparative study in an emerging activity. *XVème Conférence Internationale de l’AIMS*.

- Leca, B., Battilana, J. & Boxenbaum, E., 2008. *Agency and Institutions : A Review of Institutional Entrepreneurship*,
- Lecocq, X., 2012. Niveau d'analyse et reification. *Le Libellio d'AEGIS*, 8, p.70.
- Lefebvre, H., 2000. *La production de l'espace* 4eme édit., Paris: Anthropos.
- Lemery, B., Barbier, M. & Chia, E., 1997. Une recherche-action en pratique : entre production d'eau minérale et agriculture. *Etud. Rech. Syst. Agraires. Dév.*, 30, pp.71–89.
- Levesque, B., Bourque, G. & Forgues, E., 2001. Le marché , les réseaux et la culture, la New Economic Sociology. In *La nouvelle sociologie économique*. Paris: Desclée de Brouwer, pp. 125–147.
- Levy, D. & Scully, M., 2007. The Institutional Entrepreneur as Modern Prince: The Strategic Face of Power in Contested Fields. *Organization Studies*, 28(7), pp.971–991.
- Lévy, J. & Lussault, M., 2013. *Dictionnaire Géographique de l'Espace et des Sociétés* 2nd ed. J. Lévy & M. Lussault, eds., Paris: Belin.
- Lévy, J., Poncet, P. & Tricoire, E., 2004. *La carte, enjeu contemporain*, Paris: La Documentation Française.
- Lincoln, Y.S. & Guba, E.G., 1985. *Naturalistic Inquiry*, Sage.
- Loilier, T., 2010. Le rôle de la proximité géographique ne doit pas être surestimé. *Revue Française de Gestion*, 1(200), pp.15–35.
- Lounsbury, M. & Crumley, E.T., 2007. New Practice Creation: An Institutional Perspective on Innovation. *Organization Studies*, 28(7), pp.993–1012.
- Lussault, M., 2010. Ce que la géographie fait au(x) monde(s). *Tracés. Revue de Sciences Humaines*, (10), pp.241–251.
- Lussault, M., 2009. *De la lutte des classes à la lutte des places*, Paris: Bernard Grasset.
- Lussault, M., 2007. *L'homme spatial* Seuil, col., Paris.
- Lussault, M. & Stock, M., 2010. “Doing with space”: towards a pragmatics of space. *Social Geography*, 5(1), pp.11–19.
- Macionis, J.J. & Parrillo, V.N., 2012. *Cities and urban life*. 6th ed., Pearson Education.
- Madsen, T. L. and Walker, G., 2007. Incumbent and entrant rivalry in a deregulated industry. *Organization Science*, 18, 667–87.
- Maguire, S. & Lawrence, T.B., 2004. Institutionnal entrepreneurship in emerging fields : HIV / AIDS treatment advocacy in Canada. *Academy of Management Journal*, 47(5), pp.657–679.
- Makadok, R., 2001. Toward a synthesis of the resource based and dynamic capability views of rent creation. *Strategic management journal*, 22(5), pp.387–401.
- March, J. C. and Simon, H. A., 1958. *Organizations*, New York, Wiley
- Marshall, A., 1930. *Principles of Economy* 8th ed., London: Macmillan.
- Martinet, A.C. & Pesqueux, Y., 2013. *Epistémologie des sciences de gestion*, Paris: Magnard Vuibert.

- Mérenne-Schoumaker, B., 2003. *Géographie des services et des commerces*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Meyer, J.M. & Rowan, B., 1977. Institutionalized Organizations : Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), p.p 340–363.
- Meyer, J. W. and Rowan, B., 1991. Institutionalized Organizations : Formal Structure as Myth and Ceremony, in Powell (W. W.), DiMaggio (P. J.), eds, *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago, The University of Chicago Press
- Miles, M.B. & Huberman, A.M., 2003. *Analyse des données qualitatives* 2nd ed., Bruxelles: De Boeck.
- Munir, K. a., 2005. The Birth of the “Kodak Moment”: Institutional Entrepreneurship and the Adoption of New Technologies. *Organization Studies*, 26(11), pp.1665–1687.
- North, D.C., 1990. *Institutions, institutional change and economic performance*, Cambridge university press.
- Notais, A. & Perret, V., 2012. La mobilité interne ou la conquête de l’espace professionnel. *Revue française de gestion*, 38(226), pp.121–135.
- O’Doherty, D. et al., 2013. New Sites/Sights: Exploring the White Spaces of Organization. *Organization Studies*, 34(10), pp.1427–1444.
- Oliver, C., 1991. Strategic Responses to Institutional Processes. *Academy of Management Review*, 16(1), pp.145–179.
- Owen-Smith, J. & Powell, W.W., 2008. Networks and Institutions. In R. Greenwood et al., eds. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. Sage, pp. 596–623.
- Pacheco, D.F. et al., 2010. The Coevolution of Institutional Entrepreneurship: A Tale of Two Theories. *Journal of Management*, 36(4), pp.974–1010.
- Panayiotou, a. & Kafiris, K., 2010. Viewing the Language of Space: Organizational Spaces, Power, and Resistance in Popular Films. *Journal of Management Inquiry*, 20(3), pp.264–284.
- Panofsky, E., 1976. *La perspective comme forme symbolique*, Paris: Editions de Minuit.
- Passeron, J.C., 1991. *Le raisonnement sociologique*, Paris: Nathan.
- Pecqueur, B., 2009. De l’exténuation à la sublimation : la notion de territoire est-elle encore utile ? *Géographie, économie, société*, 11, pp.55–62.
- Pfeffer, J. & Salancik, G.R., 1978. *The External Control of Organizations : A Resource Dependence Perspective*. New York : Harper & Row.
- Phillips, N. & Hardy, C., 2002. *Discourse Analysis: Investigating Processes of Social Construction*, Thousand Oaks: Sage University Papers Series on Qualitative Research Methods vol. 50.
- Phillips, N. & Malhotra, N., 2008. Taking Social Construction Seriously. In R. Greenwood et al., eds. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. Sage, pp. 702–720.
- Pokrovsky A., sous presse. Le rôle de la proximité dans le travail institutionnel: enseignements du réseau Slow food. *Géographie, économie, société*.

- Polkinghorne, D., 1988. *Narrative knowing and the human sciences*. Albany: State University of New York Press.
- Porter, M., 2000. Locations, Clusters, and Company Strategy. In G. L. Clark, M. P. Feldman, & M. S. Gertler, eds. *The Oxford Handbook of Economic Geography*. pp. 253–274.
- Potter, R.B., 1982. *The urban retailing system: location, cognition and behaviour.*, Aldershot Gower.
- Powell, W. W. and Colyvas, J. A., 2008. Microfoundations of institutional theory. In Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K. and Suddaby, R. (Eds), *Handbook of Organizational Institutionalism*. Thousand Oaks, CA: Sage, 276–98.
- Rallet, A. & Torre, A., 2004. Proximité et localisation. *Économie Rurale*, 280(1), pp.25–41.
- Rao, H., Monin, P. & Durand, R., 2003. Institutionnal change in Toque Ville : Nouvelle cuisine as an identity movement in French gastronomy. *American Journal of Sociology*, 108(4), pp.795–843.
- Royer, I. & Zarlowski, P., 2014. Le design de la recherche. In R.-A. Thiétart, ed. *Méthodes de Recherche en Management*. Paris: Dunod, pp. 168–196.
- Sack, R.D., 1986. *Human territoriality : its theory and history*, CUP Archive.
- Sapiro, G., 2006. Réseaux, institution(s) et champ. In *Les réseaux littéraires*. pp. 44–59.
- Scheibling, J., 2011. *Qu'est ce que la géographie ?* 2nd ed., Paris: Hachette Supérieur.
- Schifeling, T. & Demetry, D.A., 2014. The Rise of the Authenticity Economy: A Study of the Transformation and Spread of Food Trucks. *Academy of Management Proceedings*, 2014(1), pp.11215–11215.
- Schneiberg, M. & Soule, S., 2005. Institutionalization as a contested, multilevel process. In G. F. Davis et al., eds. *Social movements and organization* Cambridge University Press, pp. 122–160.
- Schuldt, N. & Bathelt, H., 2011. International Trade Fairs and Global Buzz. Part II: Practices of Global Buzz. *European Planning Studies*, 19(1), pp.1–22.
- Selznick, P., 1949. *TVA and the Grass Roots*, Berkeley, University of California Press.
- Sergot, B., Chabault, D. & Loubaresse, E., 2012. Mobilités spatiales et dynamiques organisationnelles. *Revue française de gestion*, 38(226), pp.77–90.
- Sergot, B., Chabault, D. & Loubaresse, E., 2015. Propositions pour des analyses organisationnelles des mobilités spatiales. In *Conférence de l'AIMS*. pp. 1–32.
- Simon, H., 1945. *Administration Behavior*, New York, Free Press.
- Slimane, K. Ben, 2012. Retourner sa veste, toujours du bon côté: Travail institutionnel discursif dans le déploiement de la télévision numérique terrestre en France. *M@n@gement*, 15(2), pp.145–179.
- Spicer A., 2006. Beyond the Convergence – Divergence Debate : The Role of Spatial Scales in Transforming Organizational Logic, *Organization Studies*, vol. 27, n° 10 , p. 1467-1483.
- Spicer, A., & Fleming, P., 2007. Intervening in the inevitable: Contesting globalization in a public sector organization. *Organization*, 14(4), 517-541.

- Stock, M. & Antonescu, A., 2011. *Tourisme et mondialisation : problèmes conceptuels et méthodologiques*, working paper 5-2011, IUKB, p 86.
- Strati, A. (1992). Aesthetic understanding of organizational life. *Academy of Management Review*, 17(3), 568-581.
- Suchman, M.C., 1995. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), p.571.
- Suddaby, R. & Greenwood, R., 2005. Rhetorical Strategies of Legitimacy. *Administrative science quarterly*, (March), pp.35–67.
- Talbot, D., 2015. Faut-il être proche pour contrôler ? Effets des proximités sur le contrôle inter-organisationnel. In *XXIVe Conférence Internationale de Management Stratégique*. pp. 1–26.
- Talbot, D., 2009. L'approche par la proximité : quelques hypothèses et éléments de définitions. In *XVIIIe conférence de l'AIMS, Grenoble*. pp. 1–25.
- Talbot, D., 2010. La dimension politique dans l'approche de la proximité. *Géographie, économie, société*, 12(2), pp.125–144.
- Talbot, D., 2008. Les institutions créatrices de proximités. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, octobre(3), p.289.
- Teece, D.J., 2007. Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. *Strategic Management Journal*, 29(13), pp.1319–1350.
- Thornton, P.H. & Ocasio, W., 2008. Institutional Logics. In R. Greenwood et al., eds. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*. Sage, pp. 99–129.
- Torre, A., 2010. Jalons pour une analyse dynamique des proximités. *Revue d'économie Régionale et Urbaine*, 3, pp.409–437.
- Torre, A., 2009. Retour sur la notion de proximité géographique. *Géographie, économie, société*, 11(1), pp.63–75.
- Torre, A. & Rallet, A., 2005. Proximity and Localization. *Regional Studies*, 39(1), pp.47–59.
- Tribout, B., 2013. *Statistique pour économistes et gestionnaires* 2nd ed., Montreuil: Pearson.
- Tukey, J., 1977. *Exploratory data analysis*. Reading, MA : Addison-Wesley.
- Uzzi, B., 1997. Social structure and competition in interfirm networks: the paradox of embeddedness, *Administrative Science Quarterly* 42 (1), 35-67.
- Vidal, M. & Peck, J., 2012. Sociological Institutionalism and the Socially Constructed Economy. In T. J. Barnes, J. Peck, & E. Sheppard, eds. *The Wiley-Blackwell Companion to Economic Geography*. Blackwell Publishing Limited.
- Ter Wal, A.L.J. & Boschma, R. a., 2009. Applying social network analysis in economic geography: framing some key analytic issues. *The Annals of Regional Science*, 43(3), pp.739–756.
- Weick, K.E., Sutcliffe, K.M. & Obstfeld, D., 2005. Organizing and the Process of Sensemaking Paul C Nutt & David C Wilson, eds. *Organization Science*, 16(4), pp.409–421.
- Wessel, G., 2012. From Place to NonPlace: A Case Study of Social Media and Contemporary

- Food Trucks. *Journal of Urban Design*, 17(4), pp.511–531.
- Williamson, O.E., 1986. Transaction Cost Economics and Organization Theory.
- Winter, S. G., 2000. The satisficing principle in capability learning. *Strategic Management Journal*, 10–11, Special Issue 21, 981–96.
- Winter, S. G., 2003. Understanding dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 24, 991–5.
- Yin, R.K., 2009. *Case Study Research: Design and Methods* 4th ed., Thousand Oaks: Sage Publications.
- Yu, C.H., 1994. Abduction? Deduction? Induction? Is there a logic of exploratory data analysis? Communication présentée à *Annual Meeting of American Educational Research Association*, New Orleans, LA, USA.
- Zimmermann, J.-B., 2008. Le territoire dans l'analyse économique. Proximité géographique et proximité organisée. *Revue française de gestion*, 34(184), pp.105–118.