



HAL
open science

Entrepreneuriat et territoire : quelle valeurs au bénéfice des territoires dans les initiatives en circuits de proximité ?

Armelle Gomez

► To cite this version:

Armelle Gomez. Entrepreneuriat et territoire : quelle valeurs au bénéfice des territoires dans les initiatives en circuits de proximité?. Gestion et management. Université de Pau et des Pays de l'Adour, 2017. Français. NNT : 2017PAUU2014 . tel-04324152

HAL Id: tel-04324152

<https://theses.hal.science/tel-04324152>

Submitted on 5 Dec 2023

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.

ACADEMIE DE BORDEAUX

THÈSE

Présentée à

L'UNIVERSITÉ DE PAU ET DES PAYS DE L'ADOUR

ÉCOLES DOCTORALES DES SCIENCES SOCIALES ET HUMANITES

par

Armelle GOMEZ

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR

Spécialité : Sciences de gestion

**ENTREPRENEURIAT ET TERRITOIRE :
QUELLES VALEURS AU BÉNÉFICE DES TERRITOIRES
DANS LES INITIATIVES EN CIRCUITS DE PROXIMITÉ ?**

Soutenue le 11 juillet 2017

Après avis de :

- | | |
|---------------------------|--|
| M. LEVANT Yves | Professeur Agrégé des universités - Université de Lille 2 |
| M. CHAMARD Camille | Maître de conférences - Université de Pau et des Pays de l'Adour |

Devant la Commission d'examen formée de :

- | | |
|-----------------------------|--|
| M. RENUCCI Antoine | Professeur Agrégé des universités - Université de Pau et des Pays de l'Adour |
| M. GRANDIN Pascal | Professeur Agrégé des universités - Université de Lille 2 |
| M. ALPHONSE Pascal | Professeur Agrégé des universités - Université de Lille 2 |
| M. DEL'HOMME Bernard | Maître de conférences – Bordeaux Sciences Agro |

« Sans les autres, personne ne serait autre chose que rien »

Joaquin Salvador Lavado Quinot

« On ne voit bien qu'avec le cœur, l'essentiel est invisible pour les yeux »

Antoine de Saint Exupéry, *Le Petit Prince*
(tiré du dessin animé *Le Petit Prince* de Mark Osborne)

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mes deux directeurs de recherche, Monsieur le professeur Yves Levant et Monsieur Camille Chamard pour leur suivi et leur soutien, y compris dans les moments les plus sensibles de ce travail de recherche.

Je souhaite également remercier Nathalie Corade, Adeline Ugaglia, Bernard Del'homme, Xabier Itçaina, Andy Smith, Frédéric Zham et Stéphanie Perez pour leurs conseils avisés lors de nos rencontres dans le cadre du programme de recherche PSDR.

Enfin, je voudrais remercier mes collègues de l'entreprise qui m'a accueillie, le Crédit Agricole Pyrénées Gascogne : Jean-Michel Larrasquet, mon directeur scientifique, Xavier Etchevers et Erika Solans mes supérieurs au sein d'ETICoop et les collègues qui ont partagé mon bureau : Sylvie Bordes, Jean-Philippe Hardy et Pantxo Berra.

Résumé

Le lien entre l'entreprise et son territoire d'implantation questionne depuis longtemps les chercheurs qui y répondent diversement selon les disciplines. Depuis quelques années, des formes inédites d'initiatives économiques donnent au territoire une place centrale. Ce travail de recherche entend mener une réflexion, dans le champ de l'entrepreneuriat, sur les relations entre les actants d'un territoire dans leur rapport à la nature et la destination de la valeur créée par leurs organisations. Cette recherche sera conduite dans le cadre d'analyse de l'acteur-réseau pour répondre aux attendus d'une démarche processuelle et méso-analytique.

Le travail d'enquête s'est déroulé sur un territoire couvrant trois départements. Il a permis la constitution d'un corpus composé de trente-quatre entretiens semi-directifs faisant référence à cinquante-trois projets ainsi qu'une focale sur soixante-dix-sept initiatives dans le domaine agro-alimentaire. Ce matériau a fait l'objet d'une double analyse thématique et linguistique, à l'aide du logiciel TROPES.

Les résultats de cette thèse apparaissent en deux temps. Le premier consiste à décrire le phénomène du point de vue de la forme des organisations et du discours porté sur la valeur et le territoire. Le second, dans le chapitre conclusif, propose une typologie des démarches entrepreneuriales territorialisées dans la perspective de la théorie des réseaux.

Plusieurs réseaux coexistent sur les territoires qui partagent entre eux de nombreuses connexions avec toutefois des différences notables entre les structures entrepreneuriales étudiées. Une meilleure connaissance de l'hétérogénéité du phénomène peut permettre aux professionnels un accompagnement plus adapté, tant technique que financier, de ces initiatives.

Mots-clefs

Entrepreneuriat – territoire – valeur – circuits courts – circuits de proximité

Abstract

The link between corporations and the region that they operate in has been a concern for a long time to research scientists, who are responding to this subject differently according to their specialities. For several years, previously unseen economic initiatives have given the region a central place. In the area of entrepreneurship, this research intends to highlight the interactions between the local and regional agents, their relationship with nature, and the end result of the value created by their organisations. This thesis will be driven by the analysis of the actor-network to respond to the considerations of a process oriented and meso-analytical approach. This research has taken place over an area covering three departments. It has allowed the collection of a body of work composed of thirty four semi directed interviews in reference to fifty three projects, as well as a focus on seventy seven initiatives in the food processing industry. This material has been the object of both a thematic and linguistic analysis, with the help of the TROPES software programme.

The results of this thesis are revealed in two parts. The first part consists of describing the phenomenon from the point of view of the organisations, and the discussions held about the value and the region. The second part, in the final chapter, suggests a typology of a territorial entrepreneurial approach from the perspective of the network theory.

In the territories several networks coexist that share multiple connections, even if the entrepreneurial structures studied have notable differences. A deeper understanding of the differences of this phenomenon may provide professionals with better financial and technical support for these initiatives.

Keys Words

Entrepreneurship – region / territory – value – short supply chains – community circuits

Sommaire

REMERCIEMENTS	3
RÉSUMÉ	4
ABSTRACT	5
SOMMAIRE	6
INTRODUCTION GÉNÉRALE	8
PARTIE I - ENTREPRENEURIAT, VALEUR(S) ET TERRITOIRE(S).....	22
CHAPITRE 1 – ENTREPRENEURIAT ET CRÉATION DE VALEUR(S)	23
<i>Section 1 - Les principaux concepts et courants de l'entrepreneuriat.....</i>	<i>24</i>
<i>Section 2 - La valeur, une notion polysémique.....</i>	<i>41</i>
CONCLUSION DU CHAPITRE 1 : LA CRÉATION DE VALEUR À L'ÉPREUVE DES TERRITOIRES	57
CHAPITRE 2 - DE L'ENTREPRENEUR À L'IMPULSION ENTREPRENEURIALE	59
<i>Section 1 - De la figure individuelle de l'entrepreneur à la complexité de l'impulsion entrepreneuriale... </i>	<i>60</i>
<i>Section 2 - Origines et objectifs des nouvelles impulsions entrepreneuriales innovantes</i>	<i>78</i>
CONCLUSION DU CHAPITRE 2	101
CHAPITRE 3 - TERRITOIRE ET PROJETS EN CIRCUITS DE PROXIMITÉS	102
<i>Section 1 - Quand le territoire s'invite dans la dynamique entrepreneuriale.....</i>	<i>103</i>
<i>Section 2 – Le cas archétypal des circuits alimentaires de proximité : un phénomène à la fois ancien et original.....</i>	<i>124</i>
CONCLUSION DU CHAPITRE 3	149
SYNTHÈSE DE LA PARTIE 1	150
PARTIE II - CADRE THÉORIQUE ET EMPIRIQUE DE LA RECHERCHE	153
CHAPITRE 4 – CHOIX DU PARADIGME ET MODELES THÉORIQUES : UNE APPROCHE CONSTRUCTIVISTE FONDÉE SUR LA THÉORIE DE L'ACTEUR-RÉSEAU	154
<i>Section 1 – Cadre épistémologique en sciences de gestion et en entrepreneuriat</i>	<i>155</i>
<i>Section 2– Choix du cadre théorique : prendre en compte les actants dans les démarches entrepreneuriales territorialisées.....</i>	<i>170</i>
CONCLUSION DU CHAPITRE 4	181
CHAPITRE 5 – MÉTHODOLOGIE : RECUEIL DE DONNÉES ET ANALYSE DU CORPUS	182
<i>Section 1 –De la phase exploratoire et à la détermination du périmètre du terrain</i>	<i>183</i>
<i>Section 2 – Une approche qualitative : recueil des données, analyse thématique et linguistique.....</i>	<i>199</i>
CONCLUSION DU CHAPITRE 5	210

SYNTHÈSE DE LA PARTIE II	211
PARTIE III - DISCOURS ET EFFETS DES DÉMARCHES ENTREPRENEURIALES	
TERRITORIALISÉES SUR LES TERRITOIRES ET LA VALEUR.....	212
CHAPITRE 6 – DE LA DIMENSION FORMELLE À LA DIMENSION DISCURSIVE : UNE OU DES	
DÉMARCHES ENTREPRENEURIALES TERRITORIALISÉES ?	213
<i>Section 1 – Formes des organisations et écosystème de l’entrepreneuriat en lien avec les territoires ...</i>	<i>214</i>
<i>Section 2 - Un entrepreneuriat territorial, des motifs différents.....</i>	<i>237</i>
<i>Section 3 – Démarches entrepreneuriales, territoires et valeurs</i>	<i>259</i>
CONCLUSION : LA CAPACITÉ GÉNÉRATIVE DU TERRITOIRE DANS L’ACTION.....	278
CHAPITRE 7 – RÉSULTATS PRATIQUES : REPÉRER LES INITIATIVES ET MESURER LES RETOMBÉES	
POUR LE TERRITOIRE.....	279
<i>Section 1 - Entrée par les actants humains : statut, fonction de l’initiateur et mode de gouvernance ...</i>	<i>280</i>
<i>Section 2 - L’entrée par les actants non-humains : ressources, valeurs et territoires</i>	<i>287</i>
<i>Section 3 - Synthèse et typologie des initiatives à la croisée des trois dimensions : acteurs, ressources</i>	
<i>et territoire.....</i>	<i>295</i>
SYNTHÈSE DE LA PARTIE III :	306
CONCLUSION GÉNÉRALE	307
BIBLIOGRAPHIE.....	315
TABLE DES FIGURES.....	344
TABLE DES ENCADRÉS	347
TABLE DES TABLEAUX	349
LISTES DES ANNEXES.....	350
TABLE DES MATIÈRES	351

Introduction générale

Mettre en œuvre des circuits alimentaires de proximité ; proposer des services de mobilité ou de logement partagé ; trouver des sources d'énergie propre ; réutiliser, recycler des déchets pour produire de nouveaux biens ; développer des lieux d'actions culturelles dans les zones rurales, etc., autant d'initiatives qui poursuivent la double ambition d'être économiquement pérennes et de répondre à des objectifs sociaux et environnementaux. Ces propositions de nouvelles formes économiques fondent leur légitimité sur les principes du partage, de la collaboration, d'un rapprochement – voire parfois même d'une confusion – du producteur et du consommateur. Elles prennent corps dans de nouvelles doctrines économiques¹ dont les définitions ne sont pas stabilisées mais dont quatre modèles sont déjà largement médiatisés : l'économie collaborative ; l'économie circulaire ; les circuits courts ; l'économie sociale et solidaire. Ces processus d'institutionnalisation traduisent une mise en cohérence discursive et organisationnelle d'acteurs privés agissant jusque-là de manière éparpillée et confèrent à ces nouvelles manières de « faire de l'économie » une certaine légitimité.

Ces expériences cherchent à répondre aux conséquences négatives du système économique actuel dont certains traits sont dénoncés. L'obsolescence programmée, l'épuisement des ressources naturelles et la production excessive des déchets, l'intermédiation excessive des circuits de distribution et financiers, les logiques individualistes et de concurrence entre les firmes, la fonction spéculative de la monnaie, etc. sont, depuis les années 1970 et avec une intensité particulière aujourd'hui, dénoncés par des individus qui tentent de penser et mettre en œuvre des projets dont le but est de contourner ces méfaits. Ces derniers relèvent globalement de deux ordres : il s'agit, d'une part, de remettre en question l'iniquité de la répartition des fruits de la richesse créée entre les différents maillons de la chaîne de valeur et, d'autre part, de prendre en considération l'épuisement des ressources et les externalités négatives en matière environnementale et sociale.

¹ L'usage des termes paradigme ou théorie sont délicats dans la mesure où ces systèmes sont, pour certains d'entre eux, peu ou pas assez étayés au niveau scientifique.

0.1. Firmes, partage de la valeur et collaboration

Ces tendances, qui se développent avec une intensité particulière ces dix dernières années, font écho à des préoccupations de plus en plus prégnantes autour des grandes firmes. Le prix académique de la recherche en management a été décerné en 2013 à deux professeurs des Mines Paristech, Armand Hatchuel et Blanche Ségrestin, pour leur ouvrage *Refonder l'entreprise* qui préconisent, à l'instar de ce qui existe dans d'autres pays, la création d'un statut juridique inédit, la « société à objet social étendu » (SOSE). Ils constatent que la gouvernance actionnariale peut avoir des effets négatifs sur les performances sociales et environnementales mais aussi, ajoutent-ils, sur l'efficacité économique – fait plus récemment apparu avec la crise de 2008 – dans la mesure où elle freine l'innovation. Celle-ci suppose en effet des investissements à long terme, investissements marqués par une forte incertitude, difficiles à défendre devant les exigences financières de création de valeur à court terme.

Dans la même veine, Michael E. Porter et Mark R. Kramer (2011) ont introduit le concept de *shared-value*, la valeur partagée, appelé à supplanter la *shareholder value*, la valeur actionnariale, arguant de la nécessité pour les entreprises de « créer de la valeur économique en créant de la valeur sociétale ». Les firmes souffrent en effet d'un important déficit de confiance auprès de la population, accusées de commettre des dégâts sociaux (délocalisation, chômage, etc.) et environnementaux (pollution de l'air, de l'eau des sols pris en charge par la collectivité) : Etats et mouvements sociaux les obligent incessamment à se soumettre à des réglementations contraignantes via l'apparition de nouvelles normes. Ajoutée à ces obligations extérieures, la mise en place d'outils managériaux en matière de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) crée une nouvelle bureaucratie à base de rapports annuels, de *reporting* et de divers supports de communication tant internes qu'externes. L'ensemble de ces éléments freinerait la compétitivité des entreprises et plus généralement, selon les auteurs, le dynamisme des marchés.

Cet appel à un changement de paradigme a ceci de tout à fait singulier qu'il est porté à la fois par des chantres du néo-libéralisme comme Michael E. Porter et Mark R. Kramer mais aussi par des hétérodoxes favorables à la réglementation et à une économie des communs, à la suite notamment des travaux d'Elinor Olström.

Dans un contexte de difficulté des grandes organisations à répondre aux exigences de nouvelles modalités économiques, de renoncement progressif de l'Etat à ses monopoles et d'effondrement du rêve d'une croissance industrielle rapide, les petites structures territorialisées, plus flexibles, plus réactives et plus innovantes bénéficient d'une légitimité accrue depuis une vingtaine d'années. L'entrepreneur reparaît comme une figure emblématique. Mais plus que l'idéaltype schumpétérien moteur de la croissance économique, c'est désormais le collectif innovateur qui est plébiscité, au cœur d'un projet dont l'ambition est un développement pérenne c'est-à-dire remplissant les trois conditions de la durabilité économique, sociale et environnementale. Plus concrètement, les retombées de cette activité économique doivent être visibles pour la communauté et le territoire².

0.2. Les initiatives en lien avec le territoire comme entité géographique et organisée

C'est dans le courant des années 1990 que cette attention particulière à l'environnement social et naturel prend corps dans les représentations sociales avec notamment la diffusion de la notion de Développement Durable (Brunel, 2004 ; Slim, 2004) en parallèle de revendications régionalistes qui réhabilitent l'existence de frontières culturelles niées par les découpages administratifs nationaux. Dès lors le territoire « local » comme espace approprié et vécu devient-il le lieu de nouveaux référentiels de la création d'activités économiques. Il questionne non seulement les usages actuels des ressources disponibles, qu'elles soient matérielles ou immatérielles, tangibles ou intangibles mais contribue aussi à redéfinir les finalités et la répartition de la création de valeur.

Au cœur de ces initiatives, le territoire va opérer comme catalyseur, comme cause mobilisatrice pour l'impulsion de nouvelles activités. Il occupe désormais une place grandissante tant dans les discours et les pratiques sociales que dans le champ académique. Après qu'un constat massif sur l'irréversibilité de la mondialisation de l'économie l'a fait passer au second plan, il est réapparu timidement dans les années 1970 puis avec plus de force dans les années 1990. Il constitue désormais un thème incontournable. Aussi, ces initiatives articulent leur projet au territoire en tant qu'entité physique mais aussi organisationnel. L'espace géographique redevient en effet un lieu pertinent d'échanges économiques par le rapprochement des zones de production et de consommation.

² Cf. Chapitre 1, section 2 sur les réalités culturelles auxquelles renvoient ces deux termes respectivement utilisés par les anglo-saxons et les européens

Si les circuits courts et de proximité alimentaires représentent une forme archétypale, d'autres entrepreneurs tentent des expériences en matière d'énergie, de recyclage, de réintroduction de métiers anciens, etc. pour limiter les distances entre les canaux de production, d'approvisionnement et de distribution. En tant qu'espace organisé, c'est-à-dire constitué d'individus et d'organisations enrôlées dans des réseaux selon des logiques de similitude et d'appartenance (Rallet, Torre, 2004), les projets territoriaux mobilisent des entités aux statuts et logiques distincts et engendrent une redéfinition des fonctions de chacun. En outre, le contexte de « déclin des institutions »³ (Dubet, 2002) qui se caractérise par la remise en question des positions d'asymétrie entre organisations, modifie les relations entre les porteurs de projets et les organismes traditionnels privés ou publics du financement et de l'accompagnement.

Dans quelle mesure le territoire comme espace physique et comme représentation symbolique intervient-il sur la nature des projets ? Quels acteurs sont à l'origine de ces démarches ? Dans ce cadre, comment se redistribuent les rôles traditionnellement dévolus aux différents établissements, privés ou publics, encadrant l'activité économique (banques et autres modalités de financement, organismes d'accompagnement, puissance publique représentée au niveau local par les collectivités territoriales et les services déconcentrés de l'Etat chargée du soutien de l'activité économique) ?

0.3. Création collective de valeur(s) pour le territoire

Les études conduites en entrepreneuriat sont particulièrement focalisées sur la figure de l'entrepreneur individuel (Tounès & Fayolle, 2006) avec, ces dernières décennies, un idéaltype articulé autour des entreprises innovantes, dans les hautes technologies, à forte valeur ajoutée (Bruyat, 1993). Pourtant la complexité de certains projets renvoie de plus en plus à la nécessité d'un « *collectif innovateur* » (Loillier, 2010). Aussi, la dimension collective de l'entrepreneuriat est depuis peu soulignée (Lindgren & Packendorff, 2003 ; Ben Hafaïedh, 2006) rejoignant les observations à propos de la diffusion de l'innovation (Akrich, Callon & Latour, 1988), de la création collective d'un système d'offre (Callon, 1986 ; Le Roy & Guillotreau, 2002) ou encore la structuration et l'intégration de nouveaux acteurs dans des systèmes de production localisés (Bréchet & Saives, 2011 ; Fourcade, 2008).

³ Parmi lesquelles les banques de détail, organes traditionnels de financement de l'économie, autrefois appelées « institution financières » (Suchman (1995, p.584) in Gadioux, 2010) sont en quête de légitimité après les effets négatifs de la crise de 2008 sur leur image.

Cet angle d'approche reste néanmoins focalisé sur l'offre ou, pour le dire autrement, ces recherches s'intéressent uniquement aux catégories traditionnelles de l'action entrepreneuriale, à savoir l'engagement d'un entrepreneur ou de plusieurs associés ou encore d'un dirigeant entouré d'une équipe dotée de compétences indispensables à la réussite du projet.

Une autre voie de recherche semble aujourd'hui s'ouvrir : la dynamique entrepreneuriale peut aussi résulter de la participation active de consommateurs ou d'usagers, individuels ou institutionnels, qui cherchent à mettre en œuvre un circuit d'élaboration d'un bien ou d'un service congruent avec leurs attentes. Ces demandes qui sont de nature individuelle et/ou sociétale au sens où elles utilisent la sphère du marché à des fins politiques induisent dans tous les cas, la mise en œuvre de moyens collectifs pour parvenir à construire des réseaux de production et de consommation territorialisés. Dès lors, l'offre n'est plus le seul point à partir duquel est décrétée la « valeur-client » ; elle peut être co-construite.

Dans cette optique, le point de vue support de l'analyse se déplace de l'entreprise et ses relations avec l'extérieur (théorie des parties-prenantes) au territoire porteur de dynamiques entrepreneuriales. Loin d'être un objet inerte – simple facteur dotation comme il pouvait être dans une perspective d'économie néo-classique d'allocation des ressources et d'avantages comparatifs (Porter, 1982) – il est, comme décrit ci-dessus, à la fois objet et sujet de(s) projet(s). Les entrepreneurs concernés le considèrent comme cadre de leur projet de développement, mais aussi sujet dans la mesure où ils travaillent en même temps à construire un projet de territoire.

0.4. Démarche empirique, cadre d'analyse et problématique

Cette étude se déroulera donc, au plan empirique et théorique, dans le champ de l'entrepreneuriat mais un entrepreneuriat dont les finalités sont congruentes avec le principe du développement territorial. Autrement dit, il s'agit de porter attention à des organisations qui favorisent, par leur activité de production de biens et services, une captation de la valeur au bénéfice des territoires. Cela implique qu'une part conséquente de son activité et de ses liens soient territorialement ancrés. Il nous faudra donc définir ce que l'on entend par ancrage territorial, notion désormais convoquée dans le champ de l'entrepreneuriat (Bousquet, Barbat & Verstraete, 2016). De plus, le choix du mot organisation renvoie à la volonté de ne pas choisir comme objet les seules entreprises statutaires mais aussi d'autres structures telles que certaines associations dont les moyens pour atteindre leur but passent par un échange marchand.

Des formes plus récentes et plus complexes d'entreprises collectives sont apparues ces dernières années qui induisent la participation en termes de financement et de décisions de plusieurs acteurs, privés ou publics, particuliers ou institutionnels. A côté des entrepreneurs, des associations ou des syndicats professionnels ainsi que les acteurs publics locaux jouent un rôle significatif pour soutenir et stimuler des activités dont les retombées profitent aux territoires – le terme est employé au pluriel dans la mesure où les frontières se redéfinissent au gré des contextes et des points de vue administratifs ou culturels -. Enfin, il semble indispensable de réintroduire le rôle des consommateurs et/ou usagers qui participent activement à la définition de ce(s) modèle(s) (Lanciano, Saleilles, 2010).

Avant d'explicitier la dynamique du phénomène considéré, il convient de bien définir les contours de l'objet étudié. En premier lieu, il s'agit de qualifier des initiatives portées par une ou plusieurs entités : des individus ou des institutions, publiques ou privées, qui promeuvent, partiellement ou plus radicalement, de nouvelles manières de s'organiser pour créer et distribuer de la valeur à l'échelle des territoires. Plus fondamentalement, le déterminant de la valeur n'est pas seulement celui de sa création, il est aussi celui de sa non-destruction ou encore la création d'autres valeurs que monétaires. Ces différentes finalités sont poursuivies en rompant partiellement avec les référentiels classiques de l'entrepreneuriat : il ne s'agit plus de minimiser les coûts de production pour maximiser la marge ni de se différencier par des prix compétitifs mais de produire des coopérations territoriales afin de réguler les différents maillons de la chaîne de valeur. Cet objectif passe par la mise en œuvre d'initiatives en circuits courts et de proximité. Cette notion doit être ici entendue dans un sens large, en référence à deux principes non exclusifs : la réduction du nombre d'intermédiaires et la réduction de la distance aussi bien entre l'entreprise et ses fournisseurs qu'entre le producteur et le consommateur. Les effets positifs attendus et supposés pour le territoire ne doivent pas être appréhendés au prisme d'indicateurs économiques classiques (croissance, emplois, etc.) mais résultent de la prise en compte d'autres aspects, sociaux, culturels et environnementaux. Il est de plus en plus communément admis que ces dimensions participent à l'attractivité des territoires et entraînent un développement durable et pérenne.

La problématique

En quoi l'ancrage dans le territoire de l'entrepreneuriat modifie-t-il la nature et la destination de la valeur créée ?

Les démarches entrepreneuriales en circuits courts et de proximité, parce qu'elles prennent appui sur le territoire au double sens d'espace géographique et organisé, modifient la nature et la destination de la valeur. La définition classique de l'entrepreneuriat entendu comme dialogique individu-crédation de valeur, où la durabilité du projet repose sur une conception strictement économique, est remise en cause au profit d'une durabilité plurielle résultant de l'implication d'acteurs aux logiques d'action propres. Cet entrepreneuriat collectif entend en effet créer, à partir des ressources des territoires, de la valeur économique concomitamment à d'autres types de valeurs, non marchande et même non-monétaire, dans une double logique de valorisation et de préservation. S'opère alors un double glissement concernant les termes de la dialogique individu / création de valeur qui devient dialectique acteurs collectifs / création-non destruction de valeurs⁴. Autrement dit, on assiste à l'émergence et à la consolidation d'un nouveau type d'entrepreneuriat : ancré au territoire, ce nouvel entrepreneuriat non seulement mobilise des acteurs aux logiques d'action différentes (et quelquefois incompatibles), mais modifie en outre la nature et la destination de la valeur créée.

Ce travail s'attachera en effet à souligner l'imbrication de différents types d'acteurs, en mettant en lumière les « alliances » organisationnelles qui se nouent entre pouvoirs publics locaux, acteurs privés de type entrepreneurial ou associatif et individus en qualité de producteurs ou de consommateurs. Ces derniers se coordonnent à partir de liens marchands ou dans des structures juridiquement constituées autour de projets dont les objectifs sont autant de créer de l'emploi localement que de réduire les effets négatifs sur l'environnement naturel tout en reconsidérant la distribution de la valeur à chaque échelon de la chaîne de production et de distribution. Aussi, il s'agit d'examiner le lien entre démarches entrepreneuriales au sens large (incluant des formes juridiquement distinctes de la définition proposée par l'INSEE) et territoires à partir d'enquêtes (entretiens semi-directifs) menées auprès de porteurs de projets développant une activité de nature économique et de responsables et chargés de mission du développement économique sur des zones géographiques déterminées.

⁴ Il s'agit en effet de passer d'une conception évidente et circulaire concernant la fonction schumpétérienne de l'entrepreneur dans son rapport à la création de valeur économique pour adopter une vision plus nuancée qui intègre l'existence de visées diverses. A partir de cette nouvelle donnée, les liens entre les porteurs et leurs projets sont réinterprétés à l'aune de la question de la création vs celle de la non-destruction de la valeur dont nous verrons qu'elle recouvre des acceptions bien plus riches et disparates que celle communément admise, marchande et monétaire.

Comment naissent, se structurent et se développent des démarches entrepreneuriales en circuits courts de proximité ? En portant attention à l'émergence d'initiatives économiques qui se développent dans un lien fort à l'espace, géographique et relationnel, cette thèse entend mettre en exergue un phénomène qui s'inscrit dans la filiation des études réalisées sur les Systèmes de Production Localisés. L'analyse de ces derniers s'articule autour des notions phares de l'ancrage territorial et de la double proximité, géographique et organisationnelle. Si ces perspectives apportent un certain nombre d'éléments éclairants dans l'analyse de ce phénomène, il n'en demeure pas moins qu'elles se situent uniquement sur le versant de la production. Or, le caractère inédit de l'étude des démarches réalisées dans cette thèse concerne la prise en considération de la logique de la demande. Les caractéristiques de ce nouveau type d'entrepreneuriat seront articulées à la notion problématique de territoire et à celle non moins problématique de création de valeur.

Ces configurations complexes contraignent considérablement ceux qui s'y engagent, et ceux qui les étudient. Cela pose la question du contenu donné à ces notions polémiques et polysémiques : les contours du territoire (Raulet-Croset, 2008), le concept de valeur (Ueda, Takenaka, Vánca & Monostori, 2009) ou encore la notion de durabilité (Lauriol, 2004) ne correspondent pas à des conventions définies une fois pour toute. Ce flou sémantique autour de termes employés aussi bien par les porteurs de projets que par les chercheurs doit être levé afin d'engager la réflexion sur des définitions partagées.

Le territoire – qui réfère à de nombreuses dimensions, culturelles, sociales, politiques, symboliques, etc. – doit, dans le cadre d'une analyse sur les initiatives économiques qui s'y déploient, être compris à la fois comme espace géographique - et donc fournisseur de ressources matérielles - mais aussi comme espace de relations entre des acteurs individuels et des institutions. Il s'agit donc de s'intéresser aux projets multi-acteurs en circuits de proximité, rappelant ainsi le caractère collectif de la démarche entrepreneuriale en privilégiant une entrée par les acteurs mais aussi en insistant, via une entrée par les produits, sur le caractère territorialisé de la ressource autant que du circuit de distribution. Dans ce mouvement de diffusion et de prise en charge par des acteurs diversifiés du fait économique, apparaît un glissement dans la représentation de la valeur : ces projets n'ont plus seulement vocation à générer de la valeur économique mais à proposer des pistes de développement nouvelles (Emin & Shieb-Bienfait, 2011). Ces démarches entrepreneuriales entendent en effet produire une valeur d'une autre nature, différente selon les projets.

0.5. Plan détaillé de la thèse

Pour répondre à ce problème, la thèse comprend trois parties qui classiquement et chronologiquement se décomposent en un état de l'art, un cadre épistémologique et méthodologique et enfin des résultats. Plus précisément, la première s'attache à définir les termes principaux de la problématique. Elle est consacrée à l'exploration de la littérature concernant l'entrepreneuriat, la valeur et le territoire. La deuxième partie concerne la présentation du terrain et du cadre d'analyse. Les données recueillies sont traitées à partir des méthodes qualitatives (analyse thématique et notionnelle) et analysées au prisme de la théorie de l'acteur-réseau. Enfin, la troisième partie s'attache à décrire l'émergence et le développement de démarches entrepreneuriales territorialisées d'un double point de vue, statique et dynamique, comme un phénomène faisant coïncider l'appropriation et la transformation de ressources locales par un ensemble d'acteurs ancrés sur une zone géographique définie en vue de produire et en même temps de ne pas détruire de la valeur sur et pour ce territoire.

Dans la première partie, le chapitre 1 engage une réflexion critique sur le champ de l'entrepreneuriat et en particulier sur un courant spécifique caractérisé par la polysémie des termes qui le composent : la dialogique individu-crédation de valeur.

La section 1 présente l'**entrepreneuriat**, à la fois objet et champ d'étude, à partir de la généalogie du champ, des principaux résultats et des courants et paradigmes actuels.

Le choix opéré à l'issue de cette section est de poursuivre l'investigation dans une démarche processuelle plutôt qu'entitative et à partir du paradigme de la création de valeur et plus précisément de la dialogique individu-crédation de valeur.

La section 2 s'engage sur une analyse de cette expression polysémique qu'est la **création de valeur** afin de critiquer une conception trop étroite qui ne permettrait pas de saisir la variété des démarches entrepreneuriales territorialisées.

Les différentes acceptions de la valeur, parce qu'elles sont associées à plusieurs formes d'économies, peuvent éclairer différemment les motifs de démarches entrepreneuriales d'un nouveau type.

Le chapitre 2 entend poursuivre l'investigation concernant la dialogique individu-crédation de valeur en s'attachant cette fois à l'exploration de la place de l'individu dans le processus.

La section 1 passe successivement en revue les (récents) sous-champs de l'**entrepreneuriat social** et de l'**entrepreneuriat collectif** qui désormais aborde la complexité des phénomènes entrepreneuriaux contemporains.

Ces nouvelles perspectives engagent un déplacement de la focale de l'individu vers l'action entrepreneuriale, relativisant la prégnance de l'entrepreneur individuel. L'introduction dans l'analyse de la notion d'impulsion entrepreneuriale conduit à prendre en compte l'existence d'acteurs disparates dans le déclenchement de la création d'une nouvelle organisation.

La section 2 revient sur le contexte d'émergence d'un entrepreneuriat qui remet en cause les référentiels classiques de la création de valeur en s'appuyant sur de nouveaux indicateurs de richesse, notion elle-même élargie au-delà de la stricte valorisation économique par des **mouvements sociaux** agissant au sein de la sphère économique.

Il ressort que la valeur créée est (ou tend à être) bicéphale, économique et d'une autre nature, sociale, environnementale, culturelle, etc. ceci afin de correspondre aux attendus de tous les acteurs impliqués. Cet élargissement de la conception de la valeur interroge le principe d'accumulation inhérent à la création de valeur et aussi sa destination : de l'entreprise vers le territoire.

Le chapitre 3 apporte la dernière pierre de l'édifice en intégrant dans la réflexion la question du territoire qui mobilise les acteurs dans le déclenchement de ces démarches en circuits de proximité.

La section 1 aborde le **territoire** dans sa complexité en tant qu'espace physique, historique, symbolique, politique et vécu individuellement et collectivement, qui recèle à la fois des ressources spécifiques – à exploiter, valoriser et sauvegarder – et une organisation sociale propre, composée d'individus et d'institutions en interaction.

Le territoire en tant que schème, c'est-à-dire catégorie conceptuelle mêlant éléments concrets et dimensions abstraites, opère 1) comme cause mobilisatrice, 2) comme pourvoyeur de ressources spécifiques et 3) comme organisation sociale complexe pour la mise en œuvre de nouvelles activités économiques.

La section 2 traite des **Circuits Courts et de Proximités Alimentaires** (CCPA) qui, objets d'études pluridisciplinaires, constituent une remarquable illustration de ce nouveau phénomène.

Les résultats produits dans le champ de l'entrepreneuriat sur les CCPA notamment autour de la question du projet comme artefact fourniront la base d'une réflexion sur le phénomène plus large des démarches multi-acteurs en circuits de proximité.

Dans la deuxième partie, le chapitre 4 pose le cadre épistémologique de la recherche :

La section 1 revient sur le **positionnement constructiviste** de cette thèse et l'adoption d'une **démarche méso-analytique** pour traiter un objet caractérisé par une double dimension spatiale et temporelle.

Cette partie entend éclairer les raisons du choix du paradigme relationniste pour étudier les démarches entrepreneuriales tout en rappelant les difficultés spécifiques et les biais au champ de l'entrepreneuriat.

La section 2 expose le **cadre d'analyse** retenu pour cette recherche : **la théorie de l'acteur-réseau**. Peu usité dans les recherches en entrepreneuriat, il est pourtant adéquat pour traiter d'un phénomène mêlant acteurs de divers statuts et projets multi-acteurs.

Articulé autour de différentes appréciations du territoire et de la valeur, le projet, d'artefact devient actant : il génère autant qu'il contraint ces dynamiques entrepreneuriales et participe à reconfigurer les places et les fonctions de ceux qui s'engagent autour de lui.

Le chapitre 5 spécifie la méthodologie employée sur un terrain déterminé :

La section 1 décrit un **terrain** qui est à la fois géographiquement situé et composé de toute personne ou organisation prenant (sa) part, en tant que porteur ou qu'accompagnateur, dans la réalisation d'une démarche entrepreneuriale territorialisée.

Le terrain se dessine progressivement au travers d'une démarche exploratoire qui permet de définir un périmètre épistémique et spatial. Le recours à la cartographie a vocation à représenter les dynamiques propres aux territoires.

La section 2 présente la **méthodologie qualitative** appuyée sur des entretiens semi-directifs (ainsi que 10 exploratoires) et le recueil de données issues de l'observation et de documents officiels.

Le corpus est constitué de 34 entretiens semi-directifs faisant référence à 50 projets situés sur un territoire couvrant trois départements ainsi qu'une focale sur 77 initiatives dans le domaine agro-alimentaire. Le matériel sera exploité à partir d'une analyse thématique mais sera aussi passé au crible d'un logiciel d'analyse linguistique, TROPES.

La troisième partie présente les résultats en deux temps.

Le chapitre 6 s'attache à décrire le phénomène du point de vue de la forme et du discours des organisations pour ensuite analyser leur rapport à la valeur et au territoire :

La section 1 propose une première grille de **lecture formelle**. Les démarches entrepreneuriales territorialisées sont caractérisées selon plusieurs critères de classification élaborés à partir des thèmes extraits du corpus de terrain.

Les démarches entrepreneuriales territorialisées sont présentées en termes d'arrangements entre acteurs, maillons d'un circuit économique. Les caractéristiques spatiales, institutionnelles et stratégiques constituent par ailleurs un écosystème propice au développement de certaines formes organisationnelles plutôt que d'autres.

La section 2 s'attache à appréhender le phénomène au travers des mots et du sens donné aux initiatives. Les **motifs** évoqués par les acteurs engagés contribuent à l'émergence de **réseaux d'affiliations différenciés**.

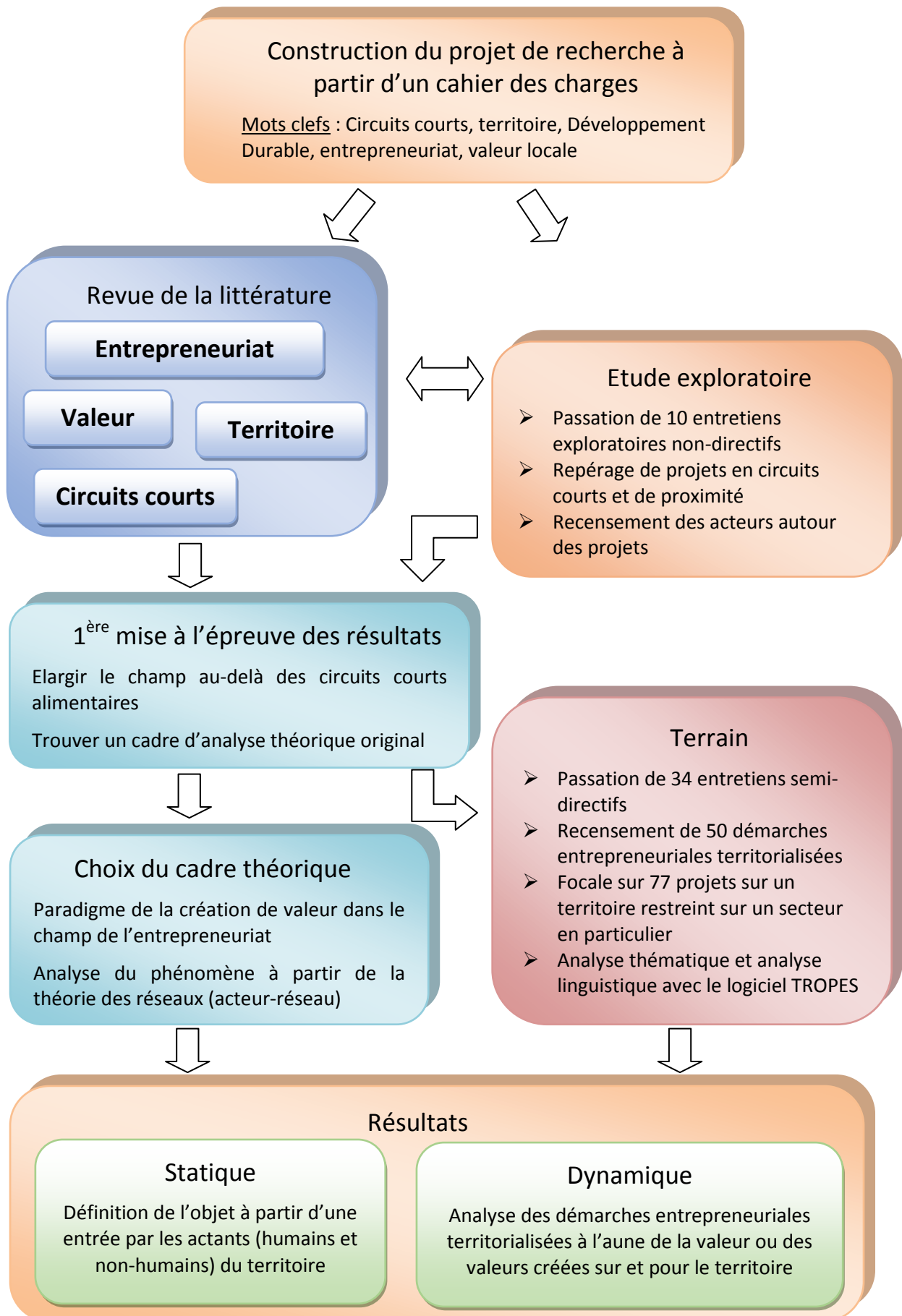
Les démarches étudiées articulent un projet économique au territoire mais celui-ci n'est pas de même nature pour l'ensemble des acteurs. Le contexte invoqué à propos de l'émergence de l'idée comme la finalité assignée à l'organisation créée constitue le fondement des alliances qui se nouent.

La section 3 articule les résultats des deux premières sections aux **dimensions de la valeur et du territoire**. Elle décrit dans une perspective dynamique les agencements et interactions qui s'établissent entre les actants.

La valeur prend un sens équivoque pour les acteurs quant à sa nature et à sa destination. Les projets peuvent tenter de faire coïncider création de valeur monétaire mais aussi non-monétaire (aménités environnementales, bien-être social, protection de la biodiversité) ou même s'élaborer autour de la « dé-crétion » de valeur par suppression des intermédiaires ou par économie de ressources naturelles.

Le 7^{ème} et dernier chapitre propose en forme de synthèse de qualifier les différents maillons qui constituent les réseaux. Ces actants, humains et non-humains, sont reliés par des arcs signifiants qu'il convient également de décrire. Une typologie des différentes formes de démarches entrepreneuriales territorialisées sera alors présentée dans la perspective de la théorie des réseaux.

Figure 1 : Architecture de la recherche



PARTIE I - ENTREPRENEURIAT, VALEUR(S) ET TERRITOIRE(S)

L'objet de cette thèse, les nouvelles formes entrepreneuriales dont le dénominateur commun est la volonté de générer de la valeur pour le territoire à partir de ces ressources matérielles et des acteurs qui le composent, correspond à une manifestation singulière de l'entrepreneuriat et, de ce point de vue, ne représente qu'une sous-catégorie. Ce travail de recherche n'a donc pas pour ambition de fournir un cadre général d'interprétation mais au contraire de mettre en évidence un nouveau phénomène qu'il convient d'étudier pour lui-même à l'aune des résultats généraux ou plus spécifiques issus des études sur d'autres types d'entrepreneuriat. Aussi cette partie sera-t-elle consacrée à la présentation et à l'articulation des concepts d'entrepreneuriat, de valeur et de territoire afin de poser le cadre général de la question de recherche. La revue de la littérature est ensuite resserrée à des considérations spécifiques à chaque thème afin de préciser à la fois les contours de l'objet et d'évoquer les différents cadres d'analyse mobilisés autour de cette question des liens entre dynamiques économiques et territoires. Cette première partie procède donc en plusieurs étapes afin de rendre compte des diverses manifestations perçues des formes d'entreprendre en rappelant les conditions particulières de cet entrepreneuriat axé sur la question du territoire pour lequel il est question de créer de la valeur.



Chapitre 1 – Entrepreneuriat et création de valeur(s)

Dans le monde de l'entreprise et dans les discours médiatiques et politiques, deux formes d'entreprises pour le moins dissemblables ont pris ces dernières années une place non négligeable et ce en dépit d'une faible représentativité statistique : les Start-up et les entreprises sociales. Les premières se caractérisent par la mise au point d'innovations technologiques, demandent des investissements souvent conséquents et promettent une forte création de valeur ajoutée. Elles incarnent une forme d'idéaltype de l'entrepreneuriat dans la mesure où elles remplissent les conditions schumpétériennes et s'inscrivent dans une logique de développement exponentiel. Les secondes, les entreprises sociales définies par la Commission européenne comme des structures qui « *poursuivent un objectif d'intérêt général (social, sociétal, environnemental), et non un objectif de maximalisation du profit* »⁵ correspondent aujourd'hui à une aspiration sociale forte ; à savoir la capacité des entreprises à élargir leur champ d'intervention au-delà de la seule logique économique. Les initiatives par et pour les territoires qui font l'objet de cette thèse, considérées par Tounès et Fayolle (2006) comme appartenant à la sphère de l'entrepreneuriat social, ne se situent ni directement dans la première ni exactement dans la deuxième modalité. Elles peuvent utiliser les Nouvelles Technologies d'Information et de Communication ou d'autres innovations technologiques mais à condition qu'elles servent le développement local. Ce type d'entrepreneuriat doit être étudié comme une forme à part entière mue par une logique propre, notamment au regard de la nature et de la destination de la valeur qu'il entend créer ; c'est pourquoi ce premier chapitre sera consacré à ces deux thèmes : l'entrepreneuriat d'une part et la création de valeur d'autre part.

Après avoir retracé les périodes marquantes qui ont émaillé la recherche en entrepreneuriat et la question de l'abord du phénomène en termes processuels (section 1), nous nous fixerons sur un courant particulier, celui de la création de valeur (section 2), particulièrement propice pour aborder un entrepreneuriat articulé au territoire.

⁵ http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_fr.htm

Section 1 - Les principaux concepts et courants de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat qui, de l'aveu même des auteurs qui l'étudient n'est pas exempt d'une certaine idéologie (Bruyat, 1993 ; Guyot & Van Rompaey, 2002 ; Verstraete, 2003 ; Fayolle, 2005 ; Marchenay, 2009), s'est constitué à la fois comme objet et domaine de recherche. Des questions récurrentes concernent ses frontières, par rapport au management stratégique notamment, et sa nature, entre approche entitative et processuelle. Toutefois des consensus se dégagent sur les principaux courants qui le structurent dont les deux principaux s'articulent autour de l'émergence organisationnelle et la détection d'opportunités d'affaire.

1. La construction de l'entrepreneuriat comme champ autonome

L'entrepreneuriat est un domaine de recherche relativement récent qui s'organise et se développe d'abord aux Etats-Unis à partir des années 1970. Puisant ses racines dans l'Economie Politique au XVIII^e siècle, le champ peine pourtant à se structurer du fait de son caractère particulier : plutôt qu'une discipline qui se fonde sur une méthode et des concepts fondamentaux, l'entrepreneuriat s'est construit autour d'un objet, l'entrepreneur et la création d'entreprise, à partir d'horizons disciplinaires multiples.

1.1. Un domaine de recherche récent et éclaté

La volonté de circonscrire les frontières de l'entrepreneuriat a conduit plusieurs auteurs à travailler sur une recension des thèmes et modèles élaborés autour de la création d'entreprise (Bruyat, 1993 ; Filion, 1997 ; Fayolle & Verstraete, 2005 ; Steayert, 2007 ; Cuervo, Ribeiro & Roig, 2007). Tous regrettent néanmoins l'éclatement du champ, l'accumulation de données empiriques et, parfois même, un manque de rigueur scientifique (tant dans les méthodes employées que dans les cadres théoriques mobilisés) et exhortent les jeunes chercheurs à davantage s'inscrire dans la lignée des travaux fondateurs. *«The problem involved in a study of "entrepreneurship" are linked to the need to delimit the field of study and rely on a conceptual structure that enables the explanation and prediction of empirical phenomena that are not explained by other fields of knowledge; it is necessary to generate a paradigm, to develop a set of testable hypotheses, to overcome the existing casuistry and description and look further into longitudinal and cross-sectional analysis »* (Cuervo, Ribeiro & Roig, 2007).

Verstraete et Fayolle (2005) admettent que, sorti de sa phase d'émergence, le domaine de l'entrepreneuriat reste néanmoins dans une phase adolescente, pré-paradigmatique ; constat pourtant déjà émis une quinzaine d'années auparavant : « *the current status of entrepreneurship research reflects a preparadigmatic discipline that is searching for identity and responsibility* » (Casrud & Johnson dans Bruyat, 1993) puis de nouveau en 2009 (Casrud & Bräanback, 2009 dans Chabaud & Messeghem, 2010). Si l'on admet que les frontières ne sont pas clairement établies – ce qui engendre nécessairement une dilution de l'objet lui-même –, alors on ne peut que constater la succession et l'augmentation protéiforme de la production d'études et de résultats. L'intensification et la diversification des recherches datent de la décennie 1980 dont va rendre compte la première encyclopédie de l'*entrepreneurship* de Kent, Sexton et Vesper (Filion, 1997). Le programme de la conférence annuelle de Babson College, *Frontiers of entrepreneurship research*⁶, qui se tient depuis 1981, passe de moins de dix thématiques traitées dans les années 1980, à une vingtaine d'axes de recherches aujourd'hui. Filion (1997), pour sa part, en retient vingt-cinq :

Figure 2 : Thèmes principaux de recherche en entrepreneuriat

-
- Caractéristiques comportementales des entrepreneurs
 - Caractéristiques économiques et démographiques des PME
 - Entrepreneuriat et PME dans les pays en développement
 - Caractéristiques managériales des entrepreneurs
 - Processus entrepreneurial
 - Création d'entreprises
 - Développement d'entreprises
 - Capitaux de risque et financement de la PME
 - Gestion des entreprises, redressements, acquisitions
 - Entreprises de haute technologie
 - Stratégie et croissance de l'entreprise entrepreneuriale
 - Alliance stratégique
 - Entrepreneuriat corporatif ou intrapreneuriat
 - Entreprises familiales
 - Travail autonome
 - Incubateurs et systèmes de soutien à l'entrepreneuriat
 - Réseaux
 - Facteurs influençant la création et le développement d'entreprises
 - Politique gouvernementales et création d'entreprises
 - Femmes, groupes minoritaires, ethnicité et entrepreneuriat
 - Education entrepreneuriale
 - Recherche en entrepreneuriat
 - Études culturelles comparatives
 - Entrepreneuriat et société
 - Franchises
-

Source : Filion, 1997

⁶ <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/bcerc/Pages/frontiers-of-entrepreneurship-research.aspx>

Est-ce à dire, au vu de l'importante diversité des thèmes abordés, que le champ peine à poursuivre sa construction, rencontrant des difficultés à obtenir une légitimité, particulièrement en Europe, de la part des autres disciplines académiques, voire même des autres sous-disciplines en Sciences de gestion? Peut-on affirmer au contraire que l'intérêt suscité par l'entrepreneur et l'entreprise en création, étudiés de manière séparée ou comme un tout indissociable et dynamique, par des historiens, des économistes, des psychologues, des sociologues et des gestionnaires, milite en faveur d'une reconnaissance pleine et entière de l'objet ?

En fin de compte, si certains déplorent l'éclatement des recherches, d'autres au contraire y voient une richesse, à l'instar de Cunningham et Lischeron (1991 dans Bruyat, 1993 ; Fillion, 1997 ; Chabaud & Messeghem, 2010) qui, repérant six courants de l'entrepreneuriat : « great person school », « psychological characteristics school », « classical school », « management school of entrepreneurship », « leadership school of entrepreneurship », « intrapreneurship school of entrepreneurship », expliquent qu'ils éclairent chacun l'une des facettes du phénomène. Aussi, si l'entrepreneuriat⁷ n'est pas (encore ?) « entreprenologie » (Fillion, 1997), c'est-à-dire une discipline autonome constituée autour de la figure de l'entrepreneur, armée d'un cadre conceptuel unifié et d'une méthodologie propre, une mise en perspective historique montre que des apports théoriques pluridisciplinaires étoffent les recherches par bifurcations successives.

Le domaine de l'entrepreneuriat se structure en effet autour de l'irruption de disciplines nouvelles et de grands débats comme autant de ruptures qui redessinent les contours des centres d'intérêts et des démarches successivement adoptés. On repère trois grandes périodes dans la genèse du champ : les analyses macro-économiques d'abord, la suivante centrée sur l'individu et enfin, la plus récente, basée sur le processus (Stevenson & Jarillo, 1990), que Schmitt (2015) rapporte à trois formes « d'agir » : l'« agir rationnel », l'« agir normatif » et l'« agir cognitif ».

⁷ Le suffixe « iat » désigne la fonction, ici celle « de créateur d'entreprise, d'une personne ou d'un groupe » in http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=2652987. Ce terme, qui résulte de transferts entre langue anglaise et langue française sur une période d'au moins trois siècles, a récemment été fixé par l'Office Québécois de la Langue Française (Verstraete & Saporta, 2006, p.86).

1.2. L'économie politique au fondement de l'entrepreneuriat

Le phénomène est appréhendé, en premier lieu, du point de vue de ses effets sur l'environnement économique, à partir d'une prise en compte des actions de l'entrepreneur, notamment l'innovation. Ce premier axe répond à la question : « what happens when entrepreneurs act ? ». Mais le fait entrepreneurial est aussi éclairé à partir de ses causes, « why entrepreneurs act ? ». Cet abord entérine une perspective individualiste, au sens d'une focalisation sur la figure de l'entrepreneur engendrant nécessairement la question du « who ». Enfin, succède une troisième voie, celle qui entend répondre à la question du « how entrepreneurs act ? ».

La première phase commence au début du XVIII^e siècle autour de la figure fondatrice de Richard Cantillon (1697-1734). Il apparaît comme le précurseur du champ de l'entrepreneuriat dans la mesure où il souligne, dans son *Essai sur la nature du commerce en général*, l'importance du rôle de l'entrepreneur dans le développement économique. Avant lui pourtant, un autre auteur évoquait déjà son rôle majeur, Pierre L'Espey De Boisguilbert en 1707, mais dans des termes péjoratifs, ce qui explique probablement que cette référence soit systématiquement omise dans les manuels (Laurent, 1989). Chez Cantillon, l'entrepreneur est associé au risque. Il est celui qui en situation d'incertitude va engager une action et son capital financier en vue d'une profitabilité future. Rentier de son état, Cantillon a lui-même investi dans nombre de projets et opérations économiques.

A sa suite, Jean-Baptiste Say (1767-1832), industriel du coton et l'un des représentants de l'économie classique en France, défend une économie de l'offre et place, de ce fait, l'entrepreneur au cœur de la dynamique économique. Il se distingue en cela de son maître, Adam Smith, fondateur des sciences économiques comme discipline autonome, qui fait peu cas de cette figure. Dès lors, à la notion de risque, se rajoutent deux caractéristiques supplémentaires à la fonction d'entrepreneur : celle de la direction et de l'organisation de la production (Tounès & Fayolle, 2006). Léon Walras (1834-1910), fondateur de l'école néo-classique, l'évoque également dans sa théorie de l'équilibre général mais en le vidant de sa substance pour en faire un « personnage mécanique » (Laurent, 1989). Franck Knight (1885-1972) en 1921 reconsidère le risque, assurable, que prend l'entrepreneur au regard de l'incertitude, non assurable, dont le profit est la contrepartie.

1.3. Schumpeter et l'avènement de l'entrepreneur au cœur de la dynamique économique

C'est toutefois Joseph Schumpeter (1883-1950) qui réhabilite pleinement la fonction de l'entrepreneur, ce dernier devenant la source du progrès technique. La notion de risque est retranchée pour laisser place à l'innovation. Le profit devient le stimulant de l'innovation. A l'encontre des théories classiques de l'équilibre économique – mais aussi des théories marxistes qui l'excluent de l'activité économique –, Schumpeter affirme que l'entrepreneur, parce qu'il crée des déséquilibres dans le marché, peut espérer une création de valeur supplémentaire, création temporaire dans la mesure où une seconde catégorie d'entrepreneurs, les imitateurs, qu'il distingue des premiers, les innovateurs, feront baisser le prix par une abondance de l'offre.

La conception schumpétérienne de l'entrepreneur a ouvert la voie à deux tendances distinctes quoique complémentaires de l'action entrepreneuriale : d'un côté, une vision mythifiée de cette figure, héros contemporain d'une société tournée vers le progrès. Les hypothèses s'articulent dans ce cas autour de la recherche de traits spécifiques, de « *structures individuelles stables permettant de s'affranchir de la singularité et du mythe* » (Deroy, 2008). De l'autre, des tentatives de rationalisation de l'acte entrepreneurial sont légion. Elles consistent en l'élaboration de modèles dans une visée prédictive de succès. Le nombre de ces recherches est particulièrement élevé dans la mesure où les organismes les plus enclins à rémunérer les études relatives à l'entrepreneuriat sont ceux qui accompagnent techniquement et/ou financièrement les créateurs d'entreprise (Bruyat, 1993). Cette logique de « bureaucratization » est également à l'œuvre dans les grandes organisations où l'*intrapreneuriat* devient le nouvel « impératif catégorique ». Apparaissent dès lors des préconisations en formes de schèmes d'action à des fins d'efficacité qui peuvent conduire à des routines institutionnalisées opposées à l'essence même de l'entrepreneuriat (Deroy, 2008). S'appuyant sur les travaux empiriques de Plashka et Welsh qui étudient la corrélation entre la réussite des créateurs et l'usage ou non d'un plan d'affaires, Schmitt (2015) insiste sur l'étonnante persistance de l'enseignement et de l'utilisation de cet outil par l'université et les structures d'accompagnement alors même que les succès entrepreneuriaux n'en dépendent pas.

Les économistes de premier plan ont donc conféré aux entrepreneurs plusieurs fonctions : ils sont ceux qui détectent des opportunités ou occasions d'affaires, créent des entreprises,

prennent des risques et organisent la production à partir de ressources limitées selon les postulats de l'économie néo-classique. Au milieu du XX^e siècle, un deuxième courant apparaît qui, sans particulièrement se confronter aux précurseurs, s'approprie les préoccupations de l'entrepreneuriat.

1.4. L'entrepreneuriat : de l'individu au processus... et retour

Après que les entrepreneurs aient surtout été considérés comme des entités abstraites participant à l'activité économique d'un point de vue essentiellement fonctionnaliste, il convient désormais d'affiner les « traits » de ces derniers. Stevenson et Jarillo (1990) évoquent l'ouvrage de Collins et More en 1964, *The Enterprising Man*, comme inaugurant ce nouveau paradigme. C'est le désir d'indépendance qui guiderait le choix des entrepreneurs. David C. Mc Clelland – également considéré comme précurseur de cette approche centrée sur l'individu (Filion, 1997) – a essayé de saisir les différences, dans les années 1950, entre l'*homo sovieticus* et l'*homo americanus*. Il associe la figure de l'entrepreneur à deux caractéristiques : le besoin d'accomplissement ou de réalisation. Pourtant, ce lien est loin d'être confirmé par les études empiriques qui ont suivi, cet unique facteur étant insuffisant à comprendre non seulement la création mais aussi le succès d'une entreprise. Par ailleurs, toujours selon Mc Clelland (Jansen, 2009, p.40), les entrepreneurs seraient plus enclins à supporter le risque. Là encore, cette corrélation ne fait pas l'unanimité. Si certains chercheurs s'inscrivent résolument dans cette lignée, d'autres prétendent que l'entrepreneur est celui qui sait mesurer et prendre des risques modérés. Après lui, de nombreuses recherches seront conduites pour déceler les caractéristiques psychologiques propres aux entrepreneurs et le courant béhavioriste restera dominant pendant 20 ans.

Filion (1997) a proposé un tableau récapitulatif des principaux résultats tout en précisant qu'en dépit d'une méthodologie robuste, de nombreuses contradictions sont apparues qui réfutent l'idée d'un profil type de l'entrepreneur.

Figure 3 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement

Innovateurs	Besoin de réalisation
Leaders	Internalité
Preneurs de risques modérés	Confiance en soi
Indépendants	Implication à long terme
Créateurs	Tolérance à l'ambiguïté et à l'incertitude
Énergiques	Initiative
Persévérants	Apprentissage
Originaux	Utilisation de ressources
Optimistes	Sensibilité envers les autres
Orientés vers les résultats	Agressivité
Flexibles	Tendance à faire confiance
Débrouillards	Argent comme mesure de performance

Sources: Hornaday, 1982, « Research about living entrepreneurs », dans C.A. Kent et D.L. Sexton et al. (eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, p. 20-34
Meredith, Nelson et Neck, 1982, *The practice of entrepreneurship*, Genève, Bureau international du travail
Timmons, 1978, « Characteristics and role demands of entrepreneurship », *American Journal of Small Business*, vol 3, n°1, p. 5-17

Au final, l'approche par les traits s'est enfoncée dans une impasse : les caractéristiques relevées correspondent à tout individu en situation de réussite (Jansen, 2009, p.42) qu'il soit ou non engagé dans un processus entrepreneurial. Plus définitive est la critique de Gartner (1985) : « *the diversity may be larger than the differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs and between entrepreneurial firms and nonentrepreneurial firms* ». L'entrepreneuriat entre, au milieu des années 1980, dans une nouvelle phase.

La troisième période débute par le débat qui oppose W.B. Gartner à J.W. Carland, F Hoy et J.A.C. Carland. Au cœur de la dispute : une remise en cause de l'appréciation du phénomène dont le centre serait l'individu – *who ?* – pour davantage considérer le processus – *how ?* – (Fayolle, 2005). Elle déplace le curseur des recherches d'une approche par les traits de l'entrepreneur à une approche basée sur le processus entrepreneurial. Il ne s'agit plus d'étudier ce que sont les entrepreneurs mais ce qu'ils font. Une amorce de ce déplacement de la focale se trouve sous les lignes de Lorrain et Dussault (1988 dans Fillion, 1997) qui préconisaient de porter davantage attention aux comportements des entrepreneurs plutôt qu'à leurs traits de personnalité. Pour Gartner (1985), en plus de(s) individu(s), « *the person(s) involved in starting a new organization* », il faut s'intéresser à l'organisation, « *the kind of firm that is started* », l'environnement, « *the situation surrounding and influencing the new organization* » et le processus, « *the action undertaken by the individuals to start the venture* ».

Cette entrée dans l'entrepreneuriat, envisagé avant tout comme processus, a fait école. Pourtant, une critique récente a été formulée par Shane et Venkataram (2000) qui invitent à revenir aux fondamentaux. En reconsidérant le phénomène à partir de la question des opportunités, il s'agit de focaliser davantage l'attention sur l'individu. Pour Chabaud et Messeghem (2010), ce nouveau courant de recherche constitue une rupture épistémologique en ceci qu'il « *conduit à réhabiliter l'individu qui avait eu tendance, depuis l'appel de Gartner (1985), à être relégué au second plan, au profit d'approche centrée sur les processus* ». Aussi, cohabitent désormais des recherches tantôt axées sur le processus entrepreneurial, tantôt sur l'entrepreneur lui-même.

Pour conclure, la perspective historique adoptée pour aborder la construction du champ de l'entrepreneuriat dans les ouvrages, les manuels et les articles est unanime et participe à fonder la légitimité de ce domaine d'étude. Toutefois, la question de l'existence de paradigmes consensuels reste épineuse. Sans prétendre à l'exhaustivité, la partie suivante reprend les débats de la troisième période de structuration du champ évoqués ci-dessus et propose une synthèse sur les points de ralliements autant que les différends qu'elles suscitent entre les auteurs.

2. Le processus au cœur du phénomène entrepreneurial

Des revues de la littérature paraissent de manière récurrente comme des tentatives de redéfinition des frontières du champ de l'entrepreneuriat, de ses objets privilégiés et des cadres empiriques et théoriques adéquats à son étude. Si plusieurs auteurs s'astreignent ainsi à mettre en exergue un certain nombre de modèles structurés, des tensions subsistent toutefois et chacun est tenté de privilégier une caractéristique particulière pour définir l'objet.

2.1. Un processus... ou des processus

La dimension processuelle de l'analyse est intrinsèque à l'objet lui-même. En effet, d'un point de vue sémantique, le terme « entrepreneuriat » est dérivé du vocable « entrepreneurship » (lui-même construit à partir du mot français « entrepreneur ») qui désigne davantage l'action d'entreprendre que l'entité représentée par une entreprise (Marchenay, 2009).

Le processus entrepreneurial⁸ correspond pour Fayolle (2005) à « *un ensemble de décisions, actions, orientations, qui sont prises en fonction de perceptions et d'analyses de situation que les individus ont et font, compte tenu de leurs buts, de leurs motivations, de leurs ressources et de l'état de leur environnement.* » Cette définition – pour le moins large voire floue – découle de la voie ouverte par Gartner (1985) mais aussi du travail approfondi de Ven de Ven et Poole (1995 ; 2000). Dans un article de référence sur la problématique du changement dans les organisations (Ven de Ven & Poole, 1995), les auteurs recensent et opèrent une catégorisation des différents types d'études qui s'inscrivent dans une approche processuelle. Ils décrivent trois voies de recherches :

- « *as a logic that explains a causal relationship between independent and dependant variables* » ;
- « *as a category of concepts or variables that refer to actions of individuals or organizations* » ;
- « *as a sequence of events (or activities) that describe how things change over time* ».

Dans le premier cas, il s'agit de produire un modèle explicatif des changements d'un point de vue historique ou logique. Si des liens de causalité peuvent être établis entre deux variables, l'une des limites de ce courant réside dans le fait de poser des hypothèses restrictives ou irréalistes, trop abstraites au regard de ce qui se déroule réellement. De fait, le deuxième groupe est constitué des recherches qui s'attachent à décrire ce qui se passe dans la « proverbiale boîte noire » en s'intéressant aux actes individuels et organisationnels. Néanmoins, c'est ici la méthodologie employée qui achoppe : en se fondant sur les récurrences statistiques, ces études s'appuient sur des données identifiées, reconstruites et donc rendues opérationnelles, pour être mesurées. De ce point de vue, elles ne répondent pas à la question du « comment » mais plutôt à la question de « si... ». La troisième catégorie rend compte de la succession d'événements ou d'activités qui font le processus de changement. Les résultats sont le plus souvent formalisés en stades ou phases par lesquels passe une organisation dans son histoire.

Ven de Ven et Poole (2000) font profession de foi en faveur de cette troisième approche processuelle du changement et du développement des organisations en systématisant les études, de préférence dans une perspective longitudinale. Cette dernière rencontre également un écho très positif dans le champ de l'entrepreneuriat du fait même de l'objet étudié.

⁸ L'expression « processus entrepreneurial » peut dès lors être taxée de pléonasme.

2.2. Des grilles d'analyse spécifiques pour saisir le processus

A une forme réifiée de l'entrepreneur qui fut davantage l'apanage des économistes, puis des psychologues, a donc succédé l'analyse du phénomène défini comme un processus, perspective qui intéresserait davantage les gestionnaires. Plusieurs auteurs, souvent à l'issue d'états de l'art conséquents, critiquent les postures statiques, encore largement utilisées, pour affirmer la nécessité d'adopter de nouveaux cadres théoriques à même de dépasser les apories concernant un phénomène par nature mouvant.

Bruyat (1994), après avoir proposé un modèle statique en forme de définition de l'objet, emprunte à la théorie de la complexité l'idée d'une dialogique entre l'individu et son projet pour rendre compte de l'aspect multifactoriel et bidimensionnel, spatial et temporel, du phénomène. Steayert (2007), dans son exploration de vingt ans de recherches anglophones, différencie les conceptions *entitatives* de l'entrepreneuriat des conceptions *processuelles*, axées sur la dynamique créative des activités. Il plaide en faveur de cette seconde approche – qui traduit selon lui davantage la position de Macmillan et son plaidoyer, en 1986, sur l'esprit d'entreprise – alors que la grande majorité des théories à ce jour restent enclines à qualifier une personne ou une entité plutôt qu'un processus. Il propose alors d'opter pour la théorie du chaos – plus précisément de considérer l'entrepreneuriat comme concept « attracteur » – pour rendre compte de la transformation permanente. De manière assez proche, Schmitt et Bayad (2008) distinguent, dans le champ académique, les approches *internalistes*, qui s'attachent à décrire les traits de l'entrepreneur, des approches *externalistes*, qui s'intéressent davantage aux actes réalisés par ces derniers.

En résumé, les auteurs anglo-saxons comme les chercheurs européens recourent à des cadres théoriques : théorie de la complexité, courant interprétatif et phénoménologique, courant constructionniste, théorie de l'acteur-réseau, courant pragmatique (Emin & Schieb-Bienfait, 2013), etc., leur permettant de rendre compte de la dynamique qui s'instaure entre l'individu et son objet : une idée, un projet ou une organisation constituée, autant que la manière dont ce « binôme » évolue dans le temps et l'espace. Il s'agit en somme de passer d'une logique fonctionnelle : « qu'est-ce qui fait que tout tient, qu'un certain ordre se perpétue ? » à une approche d'un phénomène en mouvement : « qu'est-ce qui fait que les choses changent ? ».

3. Paradigmes et courants de recherches actuels

Le domaine de recherche, toujours à la recherche de ses marques, s'articule néanmoins autour de grands courants initiés dans le monde académique anglo-saxon. Si l'émergence organisationnelle et la détection des opportunités d'affaires font l'objet d'un consensus large, deux autres pistes, l'innovation et la création de valeur, suscitent également de l'intérêt. Ces deux cadres théoriques étant néanmoins subordonnés la plupart du temps aux deux principaux.

3.1. L'émergence organisationnelle et les opportunités d'affaires

Le plaidoyer en faveur d'une approche processuelle de l'action entrepreneuriale est désormais réalité dans la recherche. Le courant est initié par Gartner (1988) qui souhaite rompre avec une vision idéalisée, héroïsée de l'entrepreneur depuis les années 1960. Il se distingue du domaine de l'analyse stratégique des organisations par la nature de l'objet étudié : il ne s'agit pas d'étudier l'entité elle-même mais d'explorer « *that period of time in which the pre-organization becomes the new organisation* » (Katz & Gartner, 1988). Il s'agit là d'un enjeu fondamental dans la légitimation de l'entrepreneuriat comme champ autonome par rapport au domaine d'étude des organisations : « *Yet entrepreneurship researchers have been reluctant to focus on emerging organizations and have frequently settled for retrospective work on smaller existing organizations (Wortman, 1985). The effects of studying organization creation after the fact has been to muddy the waters further in differentiating new entrepreneurial organizations from existing small business (Carland, Hoy, Bouldan & Carland, 1984)* ». (Katz & Gartner, 1988).

Le concept d'*émergence organisationnelle* offre précisément une grille d'analyse à même d'étudier la dynamique entrepreneuriale. Il repose sur deux termes spécifiques : *l'organisation* et *l'émergence* qu'il convient de définir dans cet ordre. Concernant tout d'abord le premier terme, les auteurs empruntent la définition proposée par McKelvey pour analyser l'organisation à partir de ses quatre dimensions : l'intentionnalité, les ressources, les frontières et les échanges. En effet, ce découpage contient à la fois des dimensions structurales et processuelles. Mais, si la terminologie anglaise distingue l'action d'organiser : *organizing* du résultat de cette action celle-ci : *organization*, il n'existe qu'un seul mot dans la langue française : *organisation* (Livian, 2008). Or c'est bien ce qui se passe entre l'idée ou le projet d'un ou de plusieurs individus et la pérennité effective d'une entreprise, statutairement reconnue, qui intéresse les chercheurs en entrepreneuriat.

Le concept d'*émergence* quant à lui provient des sciences de la complexité et s'inscrit dans le paradigme holiste selon lequel le tout dépasse la somme des parties. En d'autres termes, de nouveaux phénomènes émergent de la multiplicité des interactions qui existent entre les éléments constitutifs de l'objet étudié et ce de manière imprévisible (Hernandez, 2006).

Le cadre d'analyse de *l'émergence organisationnelle* a été depuis critiqué par Shane et Venkataraman (2000) à l'origine du courant de la détection, l'évaluation et l'exploitation d'opportunités d'affaire. Ils récusent le passage à l'arrière-plan de l'individu et cherchent à revenir aux fondamentaux de l'école autrichienne, c'est-à-dire une approche fondée sur l'individualisme méthodologique (cf. infra, partie 2, chapitre 3). Alors qu'il est, pour certains, l'un des quatre paradigmes existant de l'entrepreneuriat (Verstraete & Fayolle, 2005), les tenants de cette perspective affirment plutôt son caractère totalisant, à même de « *saisir l'"éléphant" de l'entrepreneuriat* » (Chabaud & Messeghem, 2010), c'est-à-dire capable d'éclairer chacune des facettes de ce phénomène.

3.2. Deux courants, deux visions de l'entrepreneuriat

De manière apparente, la dissension entre ces deux courants se joue sur ce qui est considéré comme au cœur de l'action entrepreneuriale. Pour les premiers, c'est le processus, au sens de l'articulation et de l'interaction de divers éléments en vue de générer une organisation capable de porter un projet initialement pensé mais potentiellement modifiable, qui doit faire l'objet d'attention de la part des chercheurs en entrepreneuriat. Pour les seconds, la focale doit instamment se déplacer vers l'individu qui, en raison de ses capacités cognitives et des informations à sa disposition, est le seul à pouvoir détecter, évaluer et exploiter une nouvelle opportunité. Ils renouent avec la tradition antérieure davantage axée sur les qualités propres aux entrepreneurs : « *the individual differences in perception* » ; « *the individual differences in optimism* », etc. (Shane & Venkataraman, 2000).

Cette différence entre les deux cadres est-elle si nette ? Dans le courant de la création d'organisation, l'individu n'est certes pas « seul aux machines » mais il n'est pas pour autant exclu de l'analyse puisque son intentionnalité dans le processus d'organisation est prise en compte. Son action doit être comprise à l'aune des relations qu'il entretient avec l'environnement, dans un contexte particulier, et dans une perspective dynamique.

De même, en miroir, s'ils accordent un rôle primordial à la question des opportunités, Stevenson et Jarillo (1990) définissent l'entrepreneuriat comme « *a process by which individuals either on their own or inside organizations-pursue opportunities without regards to the resources currently control* ». Ils réintroduisent en somme les trois autres dimensions citées par Katz et Gartner (1988) que sont l'organisation, l'environnement (au travers des ressources disponibles) et le processus.

La différence se situe davantage, nous semble-t-il, sur les frontières de l'objet à étudier. Le courant de l'*émergence organisationnelle* concentre préférentiellement ses investigations sur l'étude de la création d'entreprises *ex nihilo*, quitte à omettre la définition couramment admise d'une organisation comme lieu de coordination et de division des tâches (Hernandez, 2006). Les deux tiers des entreprises nouvellement créées sont le fait d'un seul individu (INSEE, 2015). Dans le même temps, il admet dans les frontières de son champ d'expertise d'autres formes organisationnelles, davantage collectives, dont le statut ne relève pas toujours de formes statutaires traditionnelles d'entreprise (cf. par exemple Emin, Shieb-Bienfait, 2013 sur une Société Coopérative d'Intérêt Collectif). Le courant des *opportunités d'affaire* situe quant à lui le cœur de sa réflexion sur les dispositions à entreprendre. Dans la lignée de Baumol (1968), Shane et Vankataram (2000) entendent mettre en évidence les caractéristiques propres à une démarche entrepreneuriale distincte de la décision managériale⁹. Cette dernière se base en effet sur une rationalisation de ressources rares à disposition en vue d'une maximisation de l'utilité tandis que l'opportunité entrepreneuriale correspond à une mise en adéquation inédite de moyens et de fins jusque-là non détectés. Les recherches se concentrent dès lors sur l'existence de telles logiques dans des organisations marchandes, qu'elles soient petites ou grandes, en création ou installées de longue date.

En somme, deux conceptions relativement distinctes de l'entrepreneuriat dominent aujourd'hui le champ. Leur différence peut être saisie à partir des domaines adjacents : le courant de l'émergence organisationnelle se rapproche des recherches conduites en théorie des organisations : son questionnement porte sur les propriétés intrinsèques des structures dans une perspective dynamique. Le courant de l'opportunité d'affaires a, quant à lui, plus à voir avec le management stratégique dans la mesure où il considère l'entrepreneuriat d'un point de vue comportemental dans le cadre d'un processus décisionnel.

⁹ Voir également les propositions de Sarasvathy (2001) concernant le processus de décision (partie II, chapitre 3, section 1)

3.3. Les deux autres courants de l'entrepreneuriat : l'innovation et la création de valeur

Un relatif consensus existe autour de l'existence et de la spécificité des deux courants précédemment décrits (Reix, 2012). Verstraete et Fayolle (2005), s'appuyant sur diverses tentatives de structuration du domaine dans la littérature, en ajoutent deux autres : l'innovation et la création de valeur nouvelle. Les deux chercheurs précisent néanmoins que si le découpage en quatre paradigmes¹⁰ poursuit l'ambition d'être heuristique, cette distinction est artificielle : les recherches se situent le plus souvent à l'intersection de deux (voire de trois) paradigmes.

Si les deux courants principaux relèvent conceptuellement essentiellement des sciences de gestion, les deux autres approches partagent leurs problématiques avec d'autres disciplines. La sociologie et l'économie des innovations en ont fait leur principal centre d'intérêt tandis que le concept de *valeur*, particulièrement polysémique, intéresse autant les philosophes que les économistes, les sociologues que les gestionnaires. Il fait débat à l'intérieur même de cette discipline, chaque sous-domaine, la comptabilité, la finance, le marketing, etc., lui attribuant des caractéristiques particulières. Outre la difficulté de définir précisément chacun de ces termes, ces deux concepts, de l'aveu même des auteurs, sont indissociables : « *la création de valeur est le corollaire de l'innovation* » (Verstraete & Fayolle, 2005).

3.1.1. Le courant de l'innovation

Le terme *innovation* prend une connotation positive, au XIX^{ème}, corrélativement à la révélation et à l'élévation au rang de valeurs supérieures des notions de Progrès et d'utilité avec l'entrée dans la Modernité et le succès des nouvelles conceptions apportées par l'Economie Politique. A ce titre, ce mot va être instrumentalisé à des fins économiques mais aussi politiques et sociales : à la tradition et à l'ordre doivent succéder le changement et la liberté individuelle. Ce qui relevait jusqu'alors de l'égoïsme et de l'orgueil doit désormais être promu comme esprit d'initiative et d'entreprise (Godin, 2011). Classiquement, l'innovation est la transformation d'une invention en un bien ou un service répondant à un besoin non satisfait générant une valeur économique nouvelle. Les travaux de Schumpeter sur les cycles de l'économie ont réinscrit l'entrepreneur comme principal promoteur de l'innovation, motivé par le profit et/ou l'avancée des savoirs théoriques et techniques.

¹⁰ L'usage du terme *paradigme* fait débat dans le champ de l'entrepreneuriat : si certains l'utilisent, d'autres préfèrent s'en tenir au mot *approches* (Guyot, Van Rompaey, 2002) ou *courants* (Reix, 2012) considérant qu'il n'existe pas, à l'heure actuelle, un niveau suffisant de structuration et de totalisation.

Cette action entraîne systématiquement une « destruction » temporaire dans l'état d'équilibre des marchés : le processus de *destruction-créatrice* (Prades, 2001). Selon la typologie schumpétérienne, elle peut prendre la forme de l'introduction d'un nouveau bien, d'un nouveau procédé, l'ouverture d'un nouveau marché, la découverte d'une nouvelle source de matière première et autres inputs ou la création d'une nouvelle organisation.

De ce postulat découlent deux écoles contemporaines en économie de l'innovation. La première, l'école néo-schumpétérienne « *reprend chez l'économiste autrichien une analyse de la dynamique économique fondée sur l'interaction entre variété (l'innovation) et sélection (la concurrence), en insistant sur le caractère local de l'accumulation de connaissances, l'importance de l'apprentissage et des capacités d'adaptation des firmes plutôt que sur le concept d'équilibre* ». Le second courant, « *au niveau de l'économie mainstream insiste en particulier sur le rôle des incitations à innover (...) et reprend l'idée que le principal acteur du processus d'innovation est l'entrepreneur* » (Amable & Ledezma, 2015). Le courant de l'innovation dans le champ de l'entrepreneuriat s'inscrit précisément dans cette deuxième filiation.

Toutefois, les sciences de gestion se nourrissent généralement des apports d'autres disciplines. Elles partagent avec la sociologie un intérêt pour la diffusion de ces innovations. « *Ce qui fait le succès d'une innovation, la robustesse d'une connaissance, ce ne sont pas tant les propriétés intrinsèques de cette innovation ou d'un fait technique, mais bel et bien la longueur et la robustesse du réseau, le fait qu'il mobilise un large ensemble d'acteurs ; ainsi l'innovation, c'est l'art "d'intéresser" un nombre croissant d'alliés qui vous rendent de plus en plus forts* » (Akrich, Callon & Latour, 1988). Cette idée d'une propagation non linéaire et socialement située de l'innovation s'est peu à peu imposée dans la lignée des deux courants de l'histoire sociale des techniques et de la sociologie constructiviste des techniques en lieu et place des théories diffusionnistes qui dissocient artefacts techniques et milieu social (Goulet & Vinck, 2012). Aussi si l'objet de prédilection des études en entrepreneuriat est la Start Up (Bruyat, 1993), caractérisée par son fort potentiel d'innovation technique, l'approche par l'innovation sociale (Dandurand, 2005 ; Richez-Battesti, Petrella & Vallade, 2012) permet d'aborder des démarches entrepreneuriales dans lesquelles la dimension innovante relève au moins autant d'un objet technique que de la manière dont les acteurs et les objets (les actants) vont s'associer et/ou se détacher pour produire de nouveaux arrangements créateurs d'activités nouvelles et donc de valeur nouvelle.

3.1.2. Le courant de la création de valeur

La question de la création de valeur occupe une place importante dans les différents champs de recherche des sciences de gestion (Bréchet & Desreumaux, 1998) en même temps qu'elle reste l'aiguillon des dirigeants d'entreprise (Lordon, 2000 ; Verstraete, 2002 ; Cappelletti & Khouatra, 2002). Particulièrement mobilisée dans les domaines du management stratégique, de la finance d'entreprise, de la comptabilité et du contrôle de gestion et enfin du marketing, la création de valeur devient véritablement un courant de l'entrepreneuriat en France, bien qu'il reste peu développé dans les études francophones¹¹, avec la thèse de Christian Bruyat sur la *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation* (Bruyat, 1993). Outre la question de sa représentativité qui relativise son existence en tant que paradigme, Paturel, Levy-Tadjine (2008) critiquent le fait qu'il exclut d'emblée « *les cas où l'entrepreneuriat peut être mis au service d'une économie de destruction de valeur à défaut de création (...) [réduisant] l'entrepreneuriat aux situations finales de création ex-nihilo* » (Paturel & Levy-Tadjine, 2008). A cette objection, rappelons que Bruyat argumente en proposant une gradation des projets entrepreneuriaux selon qu'ils créent plus ou moins de valeur, distinguant, il est vrai, des formes pures de formes dégradées (cf. chapitre 4, section 1) où la création *ex nihilo* apparaît comme l'archétype de l'entrepreneuriat. Une deuxième objection concerne l'extrême polysémie de la notion de valeur. Elle est en effet essentiellement appréhendée dans le cadre de la théorie économique néoclassique, c'est-à-dire dans la mesure où elle s'exprime à travers un prix et résulterait de fait du seul intérêt personnel, exprimé en termes d'utilité marginale d'un bien.

D'autre part, le modèle de Bruyat est fondé sur une dialogique individu-crédation de valeur. Or, « *en focalisant la représentation sur le sujet et l'objet, il occult[e] la médiation environnementale et donn[e] à l'individu, un pouvoir certainement démesuré* » (Paturel & Levy-Tadjine, 2008). S'il est vrai que l'environnement n'est pas primordial dans sa conception, il propose une définition élargie de la notion d'individu en invoquant l'équipe dans laquelle chaque membre est indispensable au bon déroulement du processus ; cas qu'il n'aborde pas dans sa thèse mais qui « *constitue une voie de recherche intéressante pour l'avenir* » (Bruyat, 1993). Cette piste est depuis explorée (Ben Hafaïedh, 2006).

¹¹ Evoqué par Verstraete et Fayolle (2005) comme l'un quatre courant majeur de l'entrepreneuriat, les deux auteurs ne citent pourtant que Bruyat (1993 ; 1994) et eux-mêmes (Verstraete, 1999 ; 2002 ; 2003). La création de valeur n'est généralement que sous-entendue ou croisée avec un des trois autres paradigmes.

En effet, selon Verstraete (2002), la vision anglo-saxonne sied moins à la culture européenne : le mythe fondateur du pionnier américain, incarnation de l'entrepreneur solitaire réalisant des exploits et générant une richesse individuelle qui rejaillit sur la communauté marque le pas devant les débats récurrents sur la notion de valeur. Ses différentes acceptions, éthiques, normatives, métaphysiques, etc. empêchent de la réduire à sa seule dimension économique et, par là-même selon l'auteur, l'entreprise à sa seule fonction d'agent économique.

*

Après avoir rappelé les points saillants des quatre principaux courants du champ de l'entrepreneuriat et présenté, avec davantage d'insistance au regard de la problématique générale, les deux derniers, il s'agit maintenant de choisir l'un de ces quatre modèles. Ce travail de recherche va s'inscrire dans la continuité de la piste évoquée par Christian Bruyat (1993) à propos de la dialogique individu-crédation de valeur, mise ici en perspective avec la dimension territoriale.

* * *

Conclusion : De la dimension processuelle de l'entrepreneuriat au choix du paradigme de la création de valeur

*

A l'issue de cet état de la littérature, il est possible de dégager les grands axes qui structurent le champ : autour de la dimension processuelle du phénomène, d'abord, et relativement à la place donnée à l'individu, ensuite. Tout au long de la thèse, et afin d'éviter toutes confusions avec la définition large de l'entrepreneuriat selon Verstraete et Fayolle (2005), le mot « entrepreneur » sera employé pour parler de l'individu qui poursuit l'ambition de créer une organisation dont il souhaite tirer un revenu. Le travail de recherche sera conduit à partir du croisement de deux paradigmes : dans la mesure où aucun des quatre grands courants repérés ne fonctionne seul, il s'agira ici de croiser les postulats de l'émergence organisationnelle avec ceux de la création de valeur. Souvent considéré comme intrinsèque au phénomène entrepreneurial, il constitue une perspective intéressante pour analyser le lien entre entrepreneuriat et territoire, à condition toutefois de dépasser une vision trop restrictive de la valeur.

Section 2 - La valeur, une notion polysémique

Le concept de valeur est difficile à circonscrire tant il fait l'objet de débats passionnés ou, à l'inverse, d'un tel consensus qu'il n'est jamais interrogé. Or, cette dimension intrinsèque au processus entrepreneurial ne doit pas être négligée si l'on veut saisir les enjeux spécifiques de projets tournés vers les territoires. Aussi, après avoir interrogé les acceptions de la notion de valeur dans les sciences de gestion, au regard de ce qu'en disent la sociologie et l'économie, il s'agira de montrer que la conception étroite ne traduit pas la pluralité des formes économiques qui peuvent présenter d'autres motifs au fait d'entreprendre.

1. La notion de valeur : au-delà de la valeur économique

Les firmes qui déploient des stratégies entrepreneuriales sont guidées par l'idée que *« l'entrepreneuriat y est considéré comme un processus de création de valeur »* (Verstraete, 2002). Cette notion de création de valeur inhérente à l'acte d'entreprendre (Bruyat, 1993) pose néanmoins de nombreuses questions : d'où vient cette valeur ? Pour qui est-elle produite ? Pourquoi cette injonction a-t-elle pris une telle place ? Avant de déplier et d'explicitier, dans les paragraphes suivants, chacune de ces dimensions de la valeur, il s'agit d'abord de rappeler les enjeux principaux de la création de valeur dans le domaine des sciences de gestion.

1.1. Origine, destination et enjeux de la création de valeur

Dans les domaines du marketing et de la stratégie, la valeur s'articule à la notion d'« avantage concurrentiel ». Le succès de ce concept revient à Michael Porter (2003 [1986]) qui rend visible l'existence de différents maillons, répartis selon qu'ils appartiennent à des activités principales ou de soutien dans la chaîne de production, sont apparentés à une « chaîne de valeur ». La valeur résulte donc des attributs du produit (fonctionnalité, prix, délais) mais aussi de la relation établie entre l'entreprise et son client (service, déroulement de l'acte d'achat) et de l'image de l'entreprise et de son offre (marque). Dès lors, l'entreprise doit choisir entre plusieurs stratégies : réduire les coûts pour la firme ou œuvrer sur le potentiel de différenciation ou de focalisation. Ces choix, qui s'excluent mutuellement (Ueda, Takenaka, Vánca & Monostori, 2009) engagent l'entreprise soit dans la compétition par les prix, soit dans le renforcement des activités marketing et commerciale¹².

¹² En plus d'utiliser les voies traditionnelles de communication (télévision, cinéma, radio, internet, presse, publicité extérieure, marketing direct, promotion, salons et foires, parrainage, mécénat hors fondation, relations publiques), les firmes recourent de plus en plus massivement aux fondations. Si le budget de la publicité en France représente 31, 480 milliards d'euros en 2015 soit 1,40% du PIB (Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires (IREP),

La première option est l'apanage des pays les plus récemment industrialisés tandis que la seconde se déploie largement dans les pays occidentaux. Cette stratégie, axée sur la différenciation par l'image, ne doit pas pour autant être déconnectée de la réduction par les prix opérés dans des pays où le coût du travail est bas. Elles sont au contraire intimement liées : la baisse des coûts industriels « là-bas » génère des gains « ici » réinvestis dans des activités servicielles.

Outre la question de son origine, l'autre problème concerne sa destination. Le domaine de la finance s'applique à déceler les mécanismes de maximisation de la richesse en se basant sur une approche distinctive des notions de valeurs financières, d'une part, et de valeurs économiques, d'autre part. La notion de « création de valeur » s'impose dans la décennie 1990-2000 (Pesqueux, 2009) en lieu et place du mot d'ordre de « compétitivité » des années 1980 dans un contexte de concentration du capital financier au sein de grands fonds d'épargne collective. Ce mouvement amorcé aux Etats-Unis à partir du milieu des années 1970, participe d'une redéfinition des rapports de force au profit des actionnaires qui obtiennent, notamment avec la consécration d'un indicateur financier l'*Economic Value Added* (EVA) (Lordon, 2000) et l'apparition de la notion de *fair value* dans les nouvelles normes comptables (Richard, 2005), une garantie de revenus avant même que la valeur ne soit réalisée. Les dividendes versés sont calculés sur les profits potentiels des entreprises et non, comme ce fut le cas aux deux premiers stades du « capitalisme comptable », indexés sur les ventes réelles¹³.

Enfin, le dernier enjeu concerne la mobilisation des forces vives de l'entreprise pour générer cette valeur. Ghewy (2006) montre que, dans un contexte de crises financières successives, de crises écologiques et sociales, des mutations de la société et de la mondialisation de l'économie, la création de valeur résulte d'un management par les valeurs, base de pratiques motivationnelles et de nouveaux positionnements marketing.

2016, « Dépenses de communication des annonceurs en 2015 », fichier Excel téléchargé, disponible sur : in <http://www.irep.asso.fr/marche-publicitaire-chiffres-annuels.php> [consulté le 19 juin 2016]), les grandes entreprises peuvent désormais associer leur image à une cause, humanitaire ou culturelle en passant par la revalorisation des déchets, la réduction des inégalités d'accès aux soins, à l'alimentation, etc., et ce dans le cadre d'un régime fiscal le plus généreux au monde (Bachelier Gilles, « Les règles de territorialité du régime fiscal du mécénat », février 2013), La fondation Daniel et Nina Carasso, du nom des fondateurs de Danone, encourage ainsi une alimentation de qualité issu d'une agriculture durable via notamment la reterritorialisation des activités de production, transformation et consommation.

¹³ L'usage du terme « création » peut dès lors sembler fallacieux au sens où il ne s'agit que d'une valeur virtuelle, à savoir une valeur « *qui n'est qu'en puissance, qu'en état de simple possibilité (par opposition à ce qui est en acte)* » in Dictionnaire Larousse, édition 2016.

L'entreprise, quelle que soit sa taille, de la TPE à la firme multinationale, doit donc fournir de bonnes raisons aux agents qui la composent de poursuivre la quête de nouveaux marchés, d'une nouvelle clientèle, etc. ; elle doit en somme trouver les moyens de créer de la valeur, au sens financier du terme, en basant son discours managérial sur la légitimité de valeurs au sens philosophique ou sociologique.

1.2. Des valeurs à la valeur économique : fondement de la conception contemporaine de la valeur

Admise comme une évidence, cette expression qui se caractérise par son importante plasticité et sa polysémie permet à chacun de projeter sa propre définition. « *La valeur s'est [...] imposée comme une sorte de mot fétiche, légitimateur universel et définitif de toutes pratiques managériales, psalmodié rituellement dans toutes les situations de justification (face aux actionnaires, face aux salariés, face aux pouvoirs publics, face à l'opinion)* » (Lordon, 2000). Le terme, employé au pluriel ou au singulier, ne réfère donc pas à la même chose même si, nous le verrons par la suite, les deux acceptions sont nécessairement liées. « *Les principales études auxquelles [les valeurs] donnent lieu portent sur leur contenu, leurs transformations et leur rôle dans le changement social. (...) Ces idéaux, que Luc Boltanski et Laurent Thévenot définissent comme autant de principes de « justifications » que les acteurs donnent à leurs actions (1991), ne cessent de se diversifier, d'où une difficulté majeure pour les institutions (en particulier l'école et la justice) chargées de faire respecter un code commun de normes* » (Guidez, 2003). Or, cet éclatement est intrinsèque à la Modernité, laquelle se caractérise par l'émergence et le développement du principe d'individualité. La pluralisation des normes, des règles et des valeurs découle ainsi de la reconnaissance de l'individu moderne envisagé comme un être conscient et capable de réflexivité sur ses actes. Les acteurs, désormais, se sont en grande partie émancipés des instances rigides qui organisent le vivre-ensemble dans les sociétés traditionnelles pour adhérer à des valeurs plus universelles. Celles-ci sont susceptibles à la fois de correspondre aux attentes singulières et de fixer en même temps des référents communs nécessaires à la vie en société et aux projections dans un avenir commun (Dubet, 2002).

Ainsi conçues, les valeurs servent « *de référence pour juger de ce qui est bien, beau ou juste dans une société donnée ou dans l'une de ses parties. Elles apparaissent organisées en système, hiérarchisées à l'intérieur d'un même ensemble social, et variables dans l'espace et le temps, donc socialement construites* » (Guidez, 2003).

Elles constituent des idéaux dont l'objet est de proposer aux individus une partition du monde entre ce qui est bien et ce qui ne l'est pas. Mais ce lien entre valeurs et idéaux suscitent des formes d'assujettissements et d'aliénations : pour Jean-Claude Michéa (2007), c'est précisément la désignation d'un Bien absolu érigé en valeur suprême qui fut à l'origine de l'un des plus grands massacres en Europe : les XVI^e et XVII^e siècles ont ainsi été émaillés de plusieurs guerres fratricides d'origine religieuse qui opposaient les catholiques aux protestants. Une réponse à ces passions destructrices fut proposée, au cours au XVIII^e siècle, par la philosophie utilitariste (Bentham, 2002 [1791]) dont les principes de base d'une part sont l'utilité et d'autre part la surveillance. Mais c'est à Adam Smith (1880 [1776]), le contemporain de Jérémy Bentham, que l'on doit la tentative la plus systématique de se débarrasser de l'universel lorsqu'il décréta que l'intérêt bien compris de chacun mène bien plus sûrement à l'intérêt général et donc à l'harmonie sociale que l'édification d'une Valeur supérieure. La fin du XVIII^e siècle correspond donc au glissement de la valeur symbolique vers la valeur économique adossé à la notion d'utilité ; ou comment la recherche de l'harmonie des passions s'est transmuée en volonté d'équilibre des intérêts (Hirschman, 1980).

1.3. Consolidation par axiomatisation de la notion de valeur économique

La plupart des études en sciences de gestion et en entrepreneuriat en particulier s'inscrivent donc de fait dans une conception de la valeur qui s'apparente à une conception étroite où la notion de richesse est confondue avec la valeur d'échange (Harribey, 2005). La valeur attribuée à un bien ou un service revient donc à son évaluation économique c'est-à-dire à la maximisation de l'utilité ordinale ou, pour le dire autrement, à la hiérarchisation des choix de l'individu (Angel, 1999). C'est cette définition néoclassique, courant orthodoxe et aujourd'hui hégémonique, qui est largement reprise dans les travaux en sciences de gestion. Bréchet et Desreumaux (2011) remarquent qu'en dépit de nombreux travaux sur la notion dans différents champs de la discipline – finance, stratégie, marketing, gestion des ressources humaines, comptabilité (cf. figure 4) –, elle fait peu l'objet de débats, à tel point que l'on serait tenté d'y voir un retour de l'Universel à l'intérieur même des disciplines, l'économie puis les sciences de gestion, qui ont contribué à son exclusion. De fait, la majeure partie des travaux réalisés en sciences de gestion et plus particulièrement en entrepreneuriat est guidée par cette acception hégémonique relative à la centralité du marché.

Figure 4 : Contributions des différentes disciplines en sciences de gestion à la définition de la valeur

Processus de gestion de la valeur Discipline	Conception	Gestion des opérations	Affectation, distribution, captation de la valeur
Gestion de production	Conception du processus de fabrication et de la chaîne de valeur. Prospective sur la valeur des technologies	Organisation et ordonnancement des opérations productives. Maîtrise des coûts, des délais, de la qualité. Analyse de la valeur	Négociation des approvisionnements et des relations partenariales
Finance	Analyse prospective de la valeur des projets d'activité. Evaluation ex-post des résultats	Approvisionnement en ressources financières. Gestion des actifs financiers, arbitrages	Répartition des résultats. Intéressement, incitations financières
Marketing	Connaissance des marchés et des clients	Approvisionnement en ressources financières. Gestion des actifs financiers, arbitrages	Négociations commerciales
Gestion des ressources humaines	Conservation et développement de la valeur des RH	Maîtrise des coûts et de la qualité de la commercialisation	Incitations financières et non-financières
Gestion stratégiques	Définition d'un positionnement stratégique. Développement d'une vision, d'un projet créateur de valeur. Dynamique de projets	Gestion de l'interface entre la stratégie et les opérations. Le pilotage stratégique. La planification intégrée.	Arbitrages dans la chaîne de valeur
Comptabilité/Contrôle	Gestion de l'interface entre la valeur donnée par le marché et les processus de création de valeur (coûts-cibles)	Mesure/évaluation des coûts et des résultats suivis de la progression	Contribution à la gestion des rémunérations des performances (liées aux résultats physiques et financiers)
Gestion administrative	Conception du mode de gouvernement	Gestion des conflits	Procédures d'intéressement

Source : Bréchet, Desreumaux, 1998

La notion de valeur est ainsi adossée aux postulats de la théorie économique standard. La TSE ou modèle néo-classique repose sur deux hypothèses fondamentales. La première postule que les individus sont rationnels, égoïstes et maximisateurs et ont une propension naturelle à l'échange et, la seconde, qui découle de la première, que les comportements interindividuels seraient le fait d'une coordination par une entité autorégulatrice : le marché. La validation de ces propositions philosophiques propre à l'économie politique de la fin du XVIII^e siècle s'est progressivement opérée tout au long du XIX^e siècle à travers de deux épisodes successifs.

La première étape se produisit lorsque la notion d'utilité (Ueda, Takenaka, Vánca & Monostori, 2009), sous l'impulsion notamment de la philosophie utilitariste de Jérémy Bentham (2002 [1791]), est devenue un principe d'organisation générale de la société. Cette conception générale ouvre la voie à l'élaboration d'un modèle de « maximisation de l'espérance subjective d'utilité » duquel résulte un principe d'équilibre général (Favereau, 1989). La consolidation de ces théories, ou plutôt la bascule de l'économie politique vers les sciences économiques, s'est ainsi opérée par « voie d'axiomatisation » : de la même manière que la physique a eu recours aux mathématiques pour représenter des entités de la nature non perceptibles, l'économie s'est construite dans un procès de « *mathématisation de la société (...) inscrite dans la façon même dont se constitue progressivement la théorie de la richesse réelle* » (Benetti & Cartelier, 1995).

Si jusqu'à lors la dominante était plutôt littéraire¹⁴, la tendance va désormais s'orienter vers « *les données quantifiées, les procédures économétriques, les formalisations et déductions mathématiques* » (Malinvaud, 1995, p.13). Procédant au départ d'une rhétorique pseudo scientifique, l'économie prétend devenir « scientifique » (science économique) à partir de la théorie de l'équilibre général de Léon Walras en 1874, lequel pose du même coup les bases de la théorie néo-classique. Cette conversion entérine l'intuition d'Adam Smith (1880 [1776]) à propos de la main invisible : à partir de « *l'archétype du marché boursier, où le prix est annoncé par un commissaire-priseur, il trouve, mathématiquement le prix qui égalise l'offre et la demande grâce à un processus de tâtonnement* » (Cahuc, 1998, p.6). Il est le premier à prouver mathématiquement que les prix résultent d'un système d'équilibre qui peut être atteint à une double condition. Premièrement, l'ensemble des facteurs de production doivent être utilisés et rémunérés en fonction de leur apport productif (productivité marginale) et, deuxièmement, le consommateur obtient pour la dépense qu'il a concédé le maximum de satisfaction ou utilité marginale (Angel, 1999). Pareto mais plus encore Neumann et Morgenstern introduiront le concept d'incertitude dans la théorie de l'utilité : la valeur ne peut être calculée qu'à partir de la probabilité du niveau d'utilité attendue par un individu, en référence à une demande considérée comme subjective et contingente (Cappelletti & Khouatra, 2002). La micro-économie va alors se développer sur les nouvelles bases posées par la théorie des jeux (Cahuc, 1998 ; Ueda, Takenaka, Vánca & Monostori, 2009).

1.4. Du processus de création de la valeur à la qualification de l'entrepreneuriat

Les fondements de la théorie néo-classique ouvrent donc la voie à deux conceptions de l'entreprise procédant chacune d'une acception spécifique de la valeur et de sa formation, tantôt considérée comme une entité close caractérisée par sa fonction de production, tantôt comme un lieu ouvert et contractuel (Bréchet & Desreumaux, 1998). Les deux principaux courants des organisations engagent sur deux processus de la création de valeur. Dans le modèle intrants-extrants, la valeur est le produit de la transformation d'intrants en extrants, la variation des uns et des autres résultant de l'interdépendance des différents secteurs industriels : la valeur apparaît dans la conversion des flux physiques associés à la quantité de travail requis pour leur transformation.

¹⁴ A l'exception de Cantillon qui pose les prémices, encore balbutiantes, du recours aux chiffres comme argument de légitimité de sa théorie de l'entrepreneur.

Dans la perspective de l'entreprise comme « nœuds de contrats », perspective qui forme la matrice conceptuelle de la théorie de l'agence (Coriat & Weinstein, 2010), la valeur est le résultat de l'échange marchand et s'exprime au travers d'un prix qui se détermine en fonction de la rencontre d'une offre et d'une demande sur un marché. Ces deux modalités de l'entreprise dans leur rapport à la création de valeur recourent à une question importante dans la définition du champ de l'entrepreneuriat : si certains considèrent que les frontières de la discipline s'arrêtent là où il y a évaluation par un prix sur un marché, d'autres considèrent qu'elle recouvre toutes organisations caractérisées par une fonction d'arbitrage par rapport à la disponibilité des ressources et à leurs coûts¹⁵.

Un approfondissement concernant la formation de la valeur économique a depuis été réalisé qui relativise ces conceptions par trop mécanistes. Depuis les années 1970, le modèle néoclassique de l'équilibre général comme théorie positive est remis en cause par les apports conceptuels de l'économie dite hétérodoxe ou de la socio-économie qui rappellent l'existence de « règles contractuelles, organisationnelles ou conventionnelles » (Billaudot, 2008). Si le versant institutionnaliste est venu étayer la théorie standard en restant attaché à une certaine forme de rationalité issue des postulats béhavioristes et cognitivistes, le courant pragmatique a posé une condition plus radicale en réhabilitant le sens de l'action à travers l'intentionnalité et la justification des acteurs. Dès lors, est introduite la question de l'élaboration de règles sur des fondements moraux¹⁶, soit à partir de routines acquises par l'expérience. Sous cet angle d'approche, la valeur résulte moins d'un mécanisme visible qui se matérialise dans un prix d'équilibre établi sur un marché – vision par trop réductrice étant donné l'incomplétude des marchés et les asymétries d'informations – que d'une construction. Elle serait le fait de l'entreprise elle-même qui parviendrait, grâce à son implantation et des régulations complexes, à maintenir un avantage compétitif (Bréchet & Saives, 2011 ; Asselineau & Cromarias, 2011). Dans le même ordre d'idée, l'hypothèse couramment employée dans le marketing selon laquelle le client opère un calcul coût/avantage dans ses choix est aujourd'hui critiquée. Dit autrement, on a longtemps estimé que « la valeur d'échange, ou le prix, d'un bien était établie en fonction de sa valeur utilitaire aux yeux de l'acquéreur (...) ».

¹⁵ Acception large ou « dégradée » selon les termes de Bruyat (1993) (cf. Chapitre 3, section 1)

¹⁶ Il ne faut pas entendre ici la morale dans son sens religieux : Boltanski et Thévenot (1991) proposent d'aborder les fondements des accords dans les entreprises notamment à la croisée de références économiques et sociologiques. Ils décrivent ainsi l'existence de « cités » : inspirée, domestique, de l'opinion, civique, industrielle – auxquelles sera ajoutée la cité par projet (Boltanski & Chiappelo, 1999) – qui permettent aux individus de se situer et d'interagir selon ces diverses échelles de grandeurs.

La valeur d'échange était « dans » le bien. (...) Nous savons aujourd'hui que les valeurs sont contingentes et qu'elles résultent d'interactions. On ne peut plus affirmer qu'elles résident dans des individus ou dans des biens imperméables à toute interaction » (Ramirez, 2004 dans Robert-Demontrond, 2008). Ces relations sont médiées par l'existence de conventions de qualité à même d'orienter non seulement le choix du consommateur mais aussi de déterminer le prix d'un bien ou d'un service. Ce processus de « *valuation marchande* » est corroboré par les études en sociologie politique de la consommation : la rencontre marchande entre un consommateur et un bien est largement médiatisée par des dispositifs (logos, marques, labels, guides, critiques, etc.) qui opèrent comme critères discriminants pour le consommateur. Aujourd'hui encore, le versant de l'offre maîtrise effectivement cet aspect, mais l'action publique et la société civile tentent d'élargir de plus en plus l'espace du choix (Dubuisson-Quellier, 2008).

*

Ce travail d'épistémologie concernant le concept de valeur, en interrogeant son emploi usuel dans les sciences de gestion et plus particulièrement dans le champ de l'entrepreneuriat, permet de prendre en compte les éléments non-marchand (attractivité du territoire, protection de l'environnement, bien-être des habitants, justice sociale et économique, etc.). Il nous semble nécessaire si l'on souhaite réfléchir aux préoccupations qui apparaissent de plus en plus prégnantes dans l'espace de la production et de la consommation.

2. De l'intérêt aux autres motifs, du marché aux autres formes de l'économie

Les chercheurs en sciences de gestion, à la différence de ceux en économétrie, proposent des voies alternatives à la compréhension des comportements des acteurs dans l'entreprise en se fondant notamment sur l'hypothèse d'Herbert Simon de la rationalité limitée. Toutefois, elles ne se départissent pas d'une vision fondée sur le paradigme de l'individualisme méthodologique. Or, il nous semble intéressant de recourir de nouveau à l'anthropologie économique pour ouvrir des pistes à même de nuancer et envisager d'autres motifs d'actions que l'intérêt personnel dans le champ économique.

2.1. Du mythe de l'économie de marché au fondement des sociétés aux pluralités des formes de l'économie

Karl Marx (1994 [1857]), en son temps, récusait déjà le mythe fondateur de l'économie politique arguant que « *le chasseur et le cueilleur isolés, ces exemplaires uniques d'où partent Smith et Ricardo, font partie des fictions pauvrement imaginées du XVIII^e siècle, de ces robinsonnades qui, n'en déplaisent à tels historiens de la civilisation, n'expriment nullement une simple réaction contre des excès de raffinement et un retour à ce que l'on se figure, bien à tort comme l'état de nature. (...) il s'agit plutôt d'une anticipation de la « société civile», qui se préparait depuis le XVI^e siècle et qui, au XVIII^e, marchait à pas de géant vers sa maturité. Dans cette société de libre concurrence, chaque individu se présente comme dégagé des liens naturels, etc., qui faisaient de lui, à des époques antérieures, l'ingrédient d'un conglomérat humain déterminé et limité.* » (Marx, 1994 [1857]). Aussi Christian Laval (2007) affirme-t-il l'avènement d'une mutation anthropologique en ce début de XXI^e siècle : les valeurs fondées sur l'individu productif guidé par son intérêt personnel constituant le socle du libéralisme économique ont supplanté celles de l'homme passif, délesté des biens matériels, en quête d'élévation spirituelle prônée par le christianisme. La transformation de la perception et de la définition de la notion de valeur, qui de la recherche d'un idéal glisse vers la quête d'une harmonisation des intérêts de chacun par le prix (la juste valeur), modifie dans son sillage les rapports des hommes entre eux et à eux-mêmes. Aussi, si le marché anonyme des modèles néo-classiques ne peut prétendre recouvrir l'ensemble des liens sociaux ni même l'ensemble des coordinations économiques, « *il n'en reste pas moins que les relations impersonnelles et égalitaires existent en tant que fiction sociale structurante.* » En ce sens, « *la fiction du marché constitue l'idéaltype des relations sociales modernes.* » (Chantelat, 2002).

L'entreprise et son cadre de fonctionnement, le marché, sont aujourd'hui dominants et la définition de l'économie qui lui est attachée reste fondée sur le calcul d'optimisation et de maximisation de l'utilité individuelle. Pourtant, cette représentation ne serait qu'une forme parmi d'autres. On trouve, à ses côtés, d'autres formes d'« économies non économiques » dont l'étude peut ouvrir à d'autres perspectives pour comprendre l'émergence de dynamiques territoriales. Aussi, l'intérêt personnel comme seul motif et le principe de rareté comme fondement de la rationalité instrumentale sont-ils remis en cause par la distinction établie par Polanyi (1983, [1944]) entre économie formelle et économie substantive.

Dans le premier cas, le sens formel, l'économie est définie par la relation rationnelle entre des fins et de moyens, ces derniers étant caractérisés par leur rareté. Dans le second cas, le sens substantif, l'économie est fondée sur le fait que les hommes tirent leur substance de leurs milieux naturels, les deux étant interdépendants, sans qu'à aucun moment n'interviennent les principes de rationalité ni de rareté. Cette discrimination hétérodoxe est d'être inédite puisque Carl Menger, l'un des fondateurs de l'économie néoclassique, montre que l'économie poursuit deux voies complémentaires dont les origines sont différentes. La première est relative à la rareté des moyens et à la nécessité de les économiser tandis que la seconde, appelée « techno-économique », correspond aux « *exigences physiques de la production sans qu'il soit fait référence à l'abondance ou à l'insuffisance de moyens* » (Laville, 2003). Cette distinction n'a jamais été reprise par la suite dans la littérature orthodoxe tandis que le sens formel, révélé par le modèle de la théorie des prix, a été conservé.

2.2. Marché, réciprocité et redistribution

Les activités de production, de répartition et d'échange des richesses dont les formes sont multiples dans le temps et selon les aires géographiques ont peu à peu été ramenées à une conception singulière de l'économie où « *l'avarice supposée de la Nature contraint les hommes à la maîtriser et la dominer, à produire pour assouvir leurs besoins. L'idée d'une nature généreuse disparaît avec l'affirmation de la rareté "naturelle" des ressources, avec sa construction comme représentation, comme imaginaire, qui va de pair avec celle de l'existence supposée d'une infinité des besoins humains à satisfaire. (...) Une fois intériorisée, elle oriente l'activité humaine et sociale vers la production et l'accumulation de richesses* » (Azam, 2007, p.23). Les apports conceptuels de l'anthropologie économique (Godelier, 2000 [2003]) qui se développent dans les années 1960-1970 dans la lignée des découvertes de Marcel Mauss (1989) sur la logique du don¹⁷ relativisent l'idée d'une propension naturelle à échanger à valeur équivalente.

Si des biens circulent depuis toujours dans les sociétés humaines, leur déplacement n'est pas entièrement soumis à la logique marchande mais relève d'une forme plus complexe fondée sur le triptyque donner-recevoir-rendre. Le don constitue selon Mauss (1989) l'« un des rocs humains sur lequel sont bâties nos sociétés » qui, structurellement, s'effectue autour de trois obligations.

¹⁷ Don qu'il ne faut pas entendre dans son sens courant et contemporain, à savoir le don caritatif ou le bénévolat.

En étudiant les liens entre plusieurs tribus mélanésiennes, il montre que la première phase, qui consiste à *donner*, permet à un clan d'entrer en contact avec un autre. Le deuxième temps, *recevoir*, est une obligation pour le second clan. Mais ce dernier ne devra pas rendre immédiatement ce don. Un certain laps de temps, durant lequel va se créer une dette vis à vis du premier clan va séparer le moment du *donner* et celui du *rendre*. Le présent retourné en signe de lien social entre les deux tribus devra être d'une valeur non pas égale mais supérieure au don initial. « *Ce qui importe dans l'échange, ce n'est pas le bien lui-même mais le lien qui se tisse* » (Mauss, 1989). Aujourd'hui encore, même si l'échange marchand est devenu prépondérant alors qu'il n'était que minoritaire dans les sociétés traditionnelles, la logique du don perdure et continue de fonctionner comme ciment des relations, notamment dans les entreprises (Godbout, 1992).

A côté de cet échange dit réciprocaire, aujourd'hui présent dans les sphères de la socialité primaire – familiales, amicales, etc. – (Caillé, 2000), deux autres formes d'« économie non économique » sont à l'œuvre : la redistribution et l'économie domestique. Cette dernière consiste à produire pour son propre usage. Massivement prégnante autrefois, un certain nombre d'activités la concernant est désormais pris en charge soit par la sphère marchande, soit par la sphère étatique. Celle-ci assure en outre une fonction de redistribution. A l'origine, elle était le fait du chef de clan qui effectuait un partage plus ou moins équitable entre chacun des membres de la communauté d'une partie importante des produits de la chasse, de la cueillette ou de la pêche. Par la suite, ce principe s'est développé dans des économies de grandes échelles (nouvel empire d'Egypte, Babylonie, Moyen-âge occidental) basées sur des organisations despotiques de type bureaucratique. Actuellement, ce rôle de redistribution est dévolu à l'Etat et aux organismes sociaux qui tentent, par ce mécanisme, de réduire les inégalités (Gardin, 2006).

2.3. Retour sur le concept de valeur en économie

L'existence de plusieurs modalités d'économies conduit donc à reconsidérer la notion de valeur dont seule une face, la valeur marchande, apparaît dans la proposition classique en entrepreneuriat. Sans entrer dans le détail des multiples déclinaisons auxquelles il a donné lieu ni d'ailleurs énumérer les différentes possibilités d'opérationnalisation du concept (cf. Annexe 1), il s'agit ici de rappeler les distinctions fondamentales, au cœur de l'axiologie, entre valeur marchande et valeur non marchande, valeur monétaire et valeur non-monétaire et enfin valeur d'échange et valeur d'usage (cf. supra figure 5).

La valeur marchande se traduit par un taux qui résulte de la rencontre entre ceux qui offrent un bien ou un service et ceux qui en ont besoin. Dans la mesure où ce taux est exprimé par un prix, on parle de valeur monétaire. Or, nombre de choses ont un prix et donc une valeur monétaire et sont paradoxalement non marchandes : il s'agit des biens et services mis à disposition gratuitement ou quasi-gratuitement par les services publics et les structures qui gèrent des fonds publics et des cotisations sociales dans les domaines de la santé, de l'éducation, de l'action sociale et des services administratifs divers. Loin d'être marginal, ce secteur non-marchand représenterait entre 25% et 45% du Produit Intérieur Brut total¹⁸. Dans ce cas précis, l'attribution d'une valeur monétaire découle non pas d'un prix d'équilibre sur un marché mais d'une convention issue de négociations institutionnalisées entre les acteurs des différentes branches concernées. Ce mécanisme n'est cependant pas spécifique à la sphère publique et parapublique : on le retrouve également à l'œuvre dans le monde marchand, en particulier lorsque l'échange de biens est médiatisé par des conventions de proximités et de qualité (cf. Chapitre 2, section 3). L'hypothèse conventionnaliste est aujourd'hui largement admise en sciences de gestion (Husser, 2009).

Outre la partition marchand / non marchand et sa qualification en termes monétaires, une seconde dialectique constitue un nœud dans le traitement de la question économique autour de la différenciation entre valeur d'échange et valeur d'usage. Distinction opérée depuis l'Antiquité par Aristote et reprise ensuite par Adam Smith (1889 [1776]) et par Karl Marx (1994 [1857]), elle entérine l'idée qu'une chose peut être dotée d'une valeur d'usage, c'est-à-dire qu'une fonction lui est attribuée par son utilisateur, et relève au moins pour une part d'une appréciation subjective. Mais l'objet ou le service ne devient marchandise que lorsque lui est attribuée une valeur d'échange, c'est-à-dire un prix relatif auquel elle peut être cédée. Pour les économistes néo-classiques, toute chose ayant une utilité doit pouvoir se traduire en valeur d'échange. C'est sur ce point précis que les analyses divergent.

¹⁸ L'écart important entre ces deux estimations correspond à l'usage qu'en font les auteurs qui, selon leur volonté d'amoindrir et au contraire d'augmenter l'importance de la part du non-marchand dans l'économie ne réfère pas aux mêmes conventions... Si l'on se fonde par ailleurs sur les perspectives ouvertes par Krugman (1991) fondées sur la prise en compte d'un PIB de la demande en lieu et place des analyses classiques basées sur un PIB de l'offre, alors l'économie productive représente moins du quart des flux monétaires qui irriguent un territoire (cf. chapitre 3, section 1).

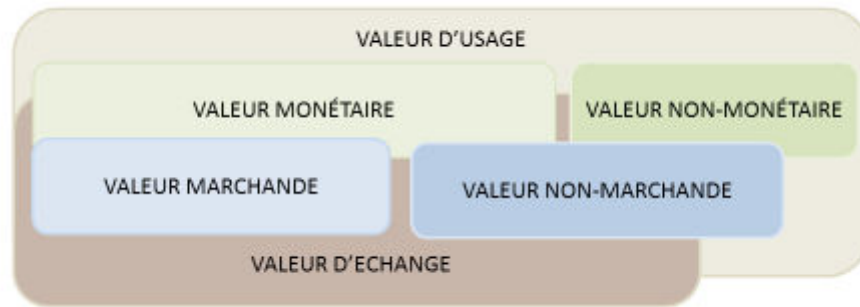
Le domaine de la comptabilité en sciences de gestion s'inscrit dans cette optique, en considérant que « *la valeur d'usage d'un actif est la valeur des avantages économiques futurs attendus de son utilisation et de sa sortie. Elle est calculée à partir des estimations des avantages économiques futurs attendus* »¹⁹. Tout se passe alors comme si la valeur d'usage était subordonnée à la valeur d'échange ; en d'autres termes, ce qui est utile a un prix. Pourtant, d'autres voient dans cette conception un mouvement d'extension progressif de la sphère marchande à des secteurs qui y échappaient jusque-là (Jappe, 2013). L'économicisme est précisément ce procès qui consiste en une autonomisation de la valeur au sens économique : « *dans une société marchande, tout ce qui existe n'est perçu que comme quantité de valeur (...). La transformation en valeur se pose comme médiation universelle entre l'homme et le monde* » (Jappe, 2009). Ces réflexions étaient contenues dans les prémices du libéralisme économique puisqu'Adam Smith notait déjà : « *des choses qui ont la plus grande valeur en usage n'ont souvent que peu ou point de valeur en échange. Il n'y a rien de plus utile que l'eau, mais elle ne peut presque rien acheter : à peine y a-t-il moyen de rien avoir en échange. Un diamant, au contraire, n'a presque aucune valeur quant à l'usage, mais on trouvera fréquemment à l'échanger contre une très grande quantité d'autres marchandises.* » (Smith, 1889 [1776]).

En définitive et en guise de synthèse, on peut représenter les différentes formes de la valeur sous la forme d'un schéma (figure 5). Celui-ci rappelle d'abord que toute chose, tout bien pour le dire en termes économiques, a une valeur d'usage. Un bien devient produit à partir du moment où lui est attribuée une valeur d'échange. Dans la figure ci-dessous, et à l'inverse de la conception commune en marketing, la valeur d'usage n'est pas subordonnée à la valeur d'échange ; elle la « dépasse ». En outre, la valeur d'échange infère l'existence d'un équivalent, un taux à partir duquel est évalué quantitativement chaque produit (ou service). On parle alors de valeur monétaire. Cette dernière découle d'un processus de « valuation » basé sur des mécanismes complexes, l'échange marchand, duquel résulte un prix. Mais une part non négligeable de l'activité économique est non-marchande. Aussi, une convention qui attribue artificiellement un prix à des services non-marchands s'est imposée. Une autre part de la valeur non-marchande est néanmoins non monétaire et échappe aussi à la sphère de la valeur d'échange.

¹⁹ www.plancomptable.com/titre-III/titre-III_chapitre-II_section-2_sous-section-1.htm

Enfin, nous avons sciemment laissé une part de la valeur non-monétaire dans le champ de la valeur d'échange dans la mesure où à des périodes particulières, de crises économiques notamment, ou pour des raisons traditionnelles, les individus trouvent des moyens d'échanger des biens et des services sans recours à la monnaie officielle. Il n'en demeure pas moins que ces formes d'échange se basent sur le temps passé ou des intermédiaires qui font office d'équivalents.

Figure 5 : Les différentes formes de la valeur



*

Toute chose ayant une valeur d'usage ne trouve pas nécessairement à se traduire par un prix : l'air, la beauté des paysages, les animaux n'ont pas de valeur monétaire et sont pourtant importants voire indispensables à la survie des sociétés humaines. A cet égard, les démarches entrepreneuriales territorialisées cherchent, pour une part d'entre elles, à prendre en compte dans leur modèle économique l'irréductibilité de certains biens à devenir des marchandises.

Conclusion : de la valeur aux valeurs

*

L'objectif de cette section a consisté à déconstruire une notion marquée d'une telle évidence, la valeur, qu'elle peut parfois empêcher de comprendre un phénomène inédit. En effet, si la valeur en entrepreneuriat renvoie à la valeur économique exprimée sous la forme d'un prix ou plus généralement à la création de richesse dans le sens étroit du terme (valeur marchande), appréhender les initiatives territorialisées, moins immédiatement rentables et profitables, nécessitent de considérer aussi la question des systèmes de valeurs, au sens sociologique et philosophique, qui orientent l'action. Ces valeurs au sens d'idéaux peuvent même venir se heurter à une conception économiciste de l'échange de biens et de services.

Progressivement, ce qui fait le ciment des sociétés, « ce qui est beau, juste et vrai » autrement dit les valeurs, s'est progressivement abstrait dans la recherche d'une valeur fédératrice, la valeur économique. A partir de ce postulat accolé à la notion d'utilité, la science économique s'est concentrée sur la question des coordinations interindividuelles représentées par des formalisations mathématiques de plus en plus complexes qui, en dépit de leur extrême sophistication, ratent à comprendre et à interpréter certains phénomènes parmi lesquels celui qui fait l'objet de cette thèse.

Qu'en est-il en effet de ces démarches qui ne poursuivent pas un objectif rationnel de maximisation des gains à partir d'un principe de minimisation des coûts ? Comment appréhender l'intégration de motifs disparates dans le phénomène entrepreneurial ? Une définition trop large du concept de valeur *a contrario* peut conduire à un flou tel qu'aucun résultat probant ne pourrait ressortir. En effet, en réintroduisant le concept de valeurs au sens sociologique dans l'analyse, le risque est de donner corps à un certain relativisme en raison de leur démultiplication et d'une impossibilité de les hiérarchiser. Cet écueil sera évité en considérant non pas les valeurs pour elles-mêmes (comme le ferait une étude sur les motivations des acteurs), mais en les saisissant dans leurs rapports entre elle, c'est-à-dire en référence et à l'épreuve d'échelles de grandeurs ou systèmes de valeurs partagées qui contraignent les acteurs à opposer des arguments et rechercher des consensus à l'intérieur de cadres discursifs cohérents (Boltanski, Thévenot, 1991).

Conclusion : la création de valeur à l'épreuve des territoires

La question de la valeur est une interrogation récurrente depuis l'Antiquité à tel point qu'un domaine à part entière, l'axiologie, lui est consacrée. Si elle fut longtemps l'apanage de la philosophie, elle devient centrale en économie à la fin du XIX^e siècle. Nous inscrivant dans ce courant, nous interrogeons les démarches entrepreneuriales territorialisées dans cette optique. Si le territoire en tant que valeur d'usage peut effectivement être instrumentalisé à des fins de valorisation économique, il peut aussi faire l'objet d'une attention particulière : le projet entrepreneurial, au-delà de la création de valeur au sens étroit du terme, peut aussi créer des aménités : l'agriculture paysanne et de montagne par exemple participe davantage à nettoyer et valoriser les paysages que l'agriculture conventionnelle, entraînant une valeur nouvelle pour le secteur du tourisme. En outre comme Paturel (2007) le fait remarquer dans sa critique à l'égard du modèle de Bruyat (1994), le processus entrepreneurial ne consiste pas seulement en « *la création d'une valeur nouvelle* » mais aussi « *à l'économie de gaspillage de valeur existante* ». Enfin, les activités entrepreneuriales territorialisées se caractérisent par l'évacuation de certains maillons de la chaîne de valeur par le raccourcissement du circuit qui à défaut de devenir court, est géographiquement restreint.

Aussi, dans le cadre de notre travail de recherche, le paradigme de la création de valeur en entrepreneuriat doit être interrogé sur deux fronts : à quels types de valeur les acteurs réfèrent-ils, au double sens de valeurs sociologiques et économiques ? Ces projets ne remettent-ils pas en question l'approche classique selon laquelle la création économique est nécessairement synonyme, par les effets positifs qu'elle est sensée engendrer, de bien-être social (Verstraete, 2002) ? Est-il d'ailleurs seulement question de création, d'ajout, de « plus » ou doit-on admettre une dialectique entre création / non création (ou non destruction) ?

AXE DE RECHERCHE

La notion de création de valeur, intrinsèque au processus entrepreneurial, mérite d'être interrogée sur deux aspects. Tout d'abord, la réflexion doit englober valeur d'échange et valeur d'usage, la seconde n'étant pas subordonnée à la première ; ensuite, le terme de création est sans doute réducteur : une dialectique plus complexe oscille entre création et non-destruction de la valeur.

Hypothèses n°1

Les démarches entrepreneuriales territorialisées, parce qu'elles incluent une forme de gratuité dans leur fonctionnement en ayant recours au bénévolat ou parce qu'elles manifestent un refus catégorique d'utiliser certaines ressources pourtant valorisables économiquement, renversent la perspective commune selon laquelle la valeur d'usage est subordonnée à la valeur d'échange.

7

Hypothèses n°2

Une prise en compte des multiplicités des formes de la valeur dans les démarches entrepreneuriales territorialisées conduit à passer d'une conception univoque fondée sur la seule création de valeur économique et plus encore sur la seule création pour admettre la question de la non-destruction de valeur.

Chapitre 2 - De l'entrepreneur à l'impulsion entrepreneuriale

Cette réflexion sur l'entrepreneuriat dans son rapport à la création de valeur n'est pas étrangère à la montée progressive de la question de la Responsabilité Sociale des Entreprises. La théorie des parties-prenantes s'est en effet largement diffusée ces trente dernières années en parallèle de l'apparition de nouveaux impératifs portés par des acteurs situés aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur de la firme. Dans cette lignée, de nouveaux acteurs doivent être pris en compte : les consommateurs, individuels ou institutionnels, les usagers de services, etc. peuvent participer activement à l'élaboration et au développement d'un projet. On peut alors parler d'impulsion entrepreneuriale (Lanciano & Saleilles, 2010) dont il reste à saisir la nature et l'intensité dans le développement de nouveaux marchés. L'ensemble de ces éléments a concouru à mettre en avant la notion de durabilité qui a ceci de particulier qu'elle peut référer à des conceptions aussi disparates qu'antagonistes et renvoyer à plusieurs acceptions en fonction du pilier privilégié dans l'analyse. Aussi, dans un premier sens, la durabilité est opposée à la volatilité : la durabilité d'une organisation ou d'un modèle réfère donc aux conditions de maintien d'avantages compétitifs dans un environnement concurrentiel. Pourtant, depuis quelques années, avec l'introduction du Développement Durable, la durabilité a peu à peu été associée à la question écologique, laissant par ailleurs de côté la question jusque-là dominante des inégalités sociales (Brunel, 2004).

Les démarches entrepreneuriales territorialisées ne relèvent pas uniquement de logiques privées mais de logiques mixtes, mêlant propriété privée et propriété publique (entérinée par exemple par les nouveaux statuts coopératifs) ou encore de propriété collective au sens où divers acteurs privés participent à la mise en œuvre d'une organisation nouvelle sans que leurs intérêts individuels ne soient immédiatement en jeu (section 1). Pour interpréter les logiques sociales et économiques qui sous-tendent ces changements profonds, il semble opportun de se saisir des résultats issus d'autres champs, en l'occurrence les mouvements sociaux qui fournissent des éléments de compréhension (section 2).

Section 1 - De la figure individuelle de l'entrepreneur à la complexité de l'impulsion entrepreneuriale

La recherche de consensus dans le cadre d'une démarche collective ou encore la capacité pour un porteur de projets à faire adhérer ceux sans qui le développement du projet ne serait pas possible (financeurs, accompagnateurs et même consommateurs ou usagers) dépendent de la manière dont ceux-ci répondent à de nouvelles aspirations mais aussi de leurs modalités concrètes de fonctionnement.

1. L'entrepreneuriat social : un cadre descriptif ou un modèle normatif ?

Dans un contexte où les organisations doivent faire face à de nouvelles injonctions sociales et environnementales dans leur fonctionnement, un nouvel entrepreneuriat, l'entrepreneuriat social intègre dans son objet la poursuite d'une forme d'utilité sociale, en termes de solidarité et/ou d'écologie. Pourtant des objections sont apportées, notamment dans la sphère de l'Economie sociale et solidaire, quant à la dimension individuelle plutôt que collective de ces organisations.

1.1. Les organisations face à la triple injonction économique, sociale et environnementale

En parallèle de ces contraintes exercées sur les entreprises, un autre mouvement est à l'œuvre qui, en miroir, enjoint les associations et les organisations non marchandes à se conformer aux référentiels de rentabilité et d'efficacité propres aux organisations marchandes (Bruni, 2014). L'intégration de nouveaux terrains d'investigation, dans le champ d'étude de l'entrepreneuriat, est révélatrice de ce déplacement. Plusieurs chercheurs ambitionnent en effet d'appréhender, au-delà des organisations productives du secteur privé tel que classiquement définies par l'INSEE²⁰, les caractéristiques internes, centrées sur les individus ou les équipes, ou externes, axées sur l'émergence organisationnelle, de structures dont les statuts juridiques (associations loi 1901, établissements publics, etc.) les éloignaient jusqu'à présent des problématiques de recherche de l'entrepreneuriat.

²⁰ « Est entreprise toute activité qui a pour but de produire des biens et des services destinés à être vendus sur des marchés en vue de générer des profits »

Ce brouillage des frontières apparaît notamment dans un rapport de l'OCDE (1998) dans lequel il est spécifié que « *l'entreprise sociale fait référence à toute activité privée, d'intérêt général, organisée à partir d'une démarche entrepreneuriale et n'ayant pas comme raison principale la maximisation du profit mais la satisfaction de certains objectifs économiques et sociaux, ainsi que la capacité de mettre en place par la production de biens ou de services des solutions innovantes aux problèmes d'exclusion et de chômage* ». Le développement récent d'un courant de pensée autour de la notion d'entrepreneuriat social (Defourny, 2004) constitue une voie qui tente de faire coexister logique de marché, objectifs sociaux et développement.

1.2. De nouvelles motivations pour un nouvel entrepreneuriat ?

Dès lors, une première façon d'aborder ce phénomène inédit consiste à se référer à la question des motivations. Outre celles habituellement repérées : besoin d'autonomie ou d'indépendance ; envie d'assouvir une passion, de se réaliser, de s'accomplir ; désir de faire fortune ou de mieux gagner sa vie ; volonté d'obtenir du pouvoir ; ou encore fait de ne pas avoir d'autres choix, d'y être contraint par des circonstances extérieures, etc. (Hernandez, 2006 ; Chamard, Faivre, Levant & Philippe, 2014), d'autres motifs peuvent guider la création d'une organisation. Sauvegarder d'un savoir-faire, mettre en valeur d'un patrimoine, proposition d'un service absent sur une zone géographique donnée, promouvoir une pratique culturelle ou industrielle plus respectueuse de l'environnement, humain et naturel, etc., sont autant de raisons qui conduisent à la création d'une structure économique. La logique individuelle peut alors laisser une place à des logiques collectives orientées vers la valorisation de ressources spécifiques non transférables. Le principe collectif peut être juridiquement défini (Société Coopérative d'Intérêt Collectif, Société par Action Simplifiée, association loi 1901, etc.) ou non, la nature des liens relevant de la coordination marchande. Le projet entrepreneurial qui s'élabore en référence à des fins sociales et environnementales oblige le(s) porteur(s) à s'inscrire nécessairement dans une vision à long terme autour d'un projet stable et partagé du fait de la moindre rentabilité économique. Brouard (2006), dans une perspective micro-analytique, relate une comparaison entre les profils entrepreneuriaux :

Figure 6 : Comparaison des types d'entrepreneurs

	<i>Entrepreneurs sociaux</i>	<i>Entrepreneurs économiques</i>
Forces	expérience collective	habilité et énergie personnelle
Focus	développement de capacités	gain financier
Perspectives	long terme	court terme
Étendue	limitée par vision	aucune limite
Bénéfices	moyen	fin
	réinvestissement	distribution aux actionnaires
Risques	actifs de l'organisation, image et confiance	actifs personnels et des investisseurs
Autonomie	face à des donateurs	face à un employeur

Source : National Center for Social Entrepreneurs (2001, p. 5 in Brouard, 2006)

Cette présentation dichotomique pose néanmoins question : cela voudrait-il dire, comme le remarque Boutillier (2010), que les autres entrepreneurs ne sont pas sociaux ? A partir de quels critères distinctifs définit-on la nature sociale de l'entrepreneuriat ? En outre, pas moins de six définitions différentes de l'entrepreneuriat social peuvent être recensées avec une distinction notable entre des définitions axées, d'une part, sur l'entrepreneur et, d'autre part, sur les entreprises (Boutillier, 2010).

1.3. Paradoxes et impasses du cadre de l'entrepreneuriat social

Cette notion d'entrepreneuriat social n'est pas sans poser problème à deux égards : du point de vue de son acceptation en tant que catégorie pratique et du fait des débats qu'il génère dans le champ académique. Le terme est apparu et a été promu par la *Harvard Business School* en 1993 avant de se diffuser via la fondation Ashoka (Allemand, 2010). S'il s'est répandu dans le monde anglo-saxon sans trop de difficulté, il a suscité à son arrivée en France davantage de défiance. Il s'est en effet heurté au mouvement structuré de l'Economie Sociale et Solidaire qui le critique pour sa propension à valoriser l'individualité au détriment de la dimension collective qui anime ses défenseurs. Les origines de l'ESS se situent au XIX^e siècle en contrepoint de la révolution industrielle (Demoustier, 2001). L'économie sociale réfère aux organisations collectives, les mutuelles, les coopératives et les associations qui émergent en rempart aux excès du capitalisme industriel. L'économie solidaire, bien plus récente mais réactualisant l'associationnisme pionnier, rassemble les initiatives qui sont apparues dans les années 1970-1980 face à la montée du chômage et de l'exclusion sociale.

Ce premier mouvement souligne la perte progressive de la dimension politique du fait d'une institutionnalisation et d'une banalisation des pratiques tant du côté de l'économie capitaliste que de la gestion publique. Désormais, la catégorie de l'entrepreneuriat social, qui se diffuse entre la fin des années 1990 et le début des années 2000 et constituerait le troisième temps de ce mouvement (Allemand, 2010), oppose quant à elle une critique sur le plan du dynamisme économique (Fraisie, Gardin, Petrella & Richez-Battesti, 2015).

Draperi (2011) propose une distinction plus franche : si l'économie sociale se définit comme un ensemble de pratiques régies par des modalités d'échange autres que strictement marchandes (réciprocité et redistribution), l'entrepreneuriat social représente davantage un courant de pensée inscrit dans le capitalisme. Ce dernier, en subsumant les initiatives économiques et sociales sous une terminologie nouvelle, opère par là-même un glissement : celui du passage d'un projet politique d'émancipation étayé par une refondation de l'économie à celui d'un changement de société à base micro-économique. Dès lors la manière d'aborder un phénomène ancien mais en mutation, sous l'effet notamment des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et dans un contexte inédit de crise écologique, appelle de nouveaux concepts. S'il était jusque-là l'apanage de la sociologie économique, de la sociologie politique et de l'économie hétérodoxe, il fait désormais l'objet de l'attention de nouveaux champs parmi lesquelles l'entrepreneuriat.

1.4. « Ce que l'Economie Sociale et Solidaire fait à l'entrepreneuriat »²¹

A côté des entreprises classiques, les autres formes d'organisations, associations et nouvelles coopératives comme les Sociétés Coopératives d'Intérêt Collectif²², dont les statuts stipulent le respect des principes de non-lucrativité ou de lucrativité limitée questionnent les présupposés de l'entrepreneuriat : la recherche d'une opportunité d'affaires par les fondateurs ne peut constituer le motif de d'engagement (Boncler & Hlady-Rispal, 2003). Plus largement, Emin et Schieb-Bienfait (2007) mettent à l'épreuve de ses entreprises singulières la définition proposée par Verstraete et Fayolle (2005) et les quatre paradigmes qui en découlent.

²¹ Ce sous-titre est emprunté au titre de l'article : "How does the non profit economy affect Entrepreneurship" d'Emin et Schieb-Bienfait (2011)

²² La loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire oblige les SCIC à garder 57% de leur bénéfice sous forme de réserves impartageables.

Elles démontrent que le projet des entreprises de l'ESS ne sauraient être réduit à une « initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s'associant pour l'occasion) construisant ou saisissant une opportunité d'affaire (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel) dont le profil n'est pas forcément d'ordre pécuniaire²³, par l'impulsion d'une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d'une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s'adresse » (Emin & Schieb-Bienfait, 2011).

*

Le cadre de l'entrepreneuriat social, s'il permet d'aborder de nouvelles formes d'entreprises davantage orientées vers des finalités de nature sociale ou environnementale, pose toutefois la question de sa cohérence théorique. Cette notion semble à l'heure actuelle plutôt opérer comme catégorie de pensée que comme cadre d'analyse : elle remet au premier plan l'entrepreneur au moment où cet idéal est de plus en plus battu en brèche. Dans un monde où les activités devenues plus complexes demandent plus souvent des compétences différentes et complémentaires, « la figure mythique de l'entrepreneur schumpétérien solitaire s'estompe pour laisser place au collectif innovateur » (Loillier, 2010). Déjà remis en question par Gartner (1988), plusieurs chercheurs s'engagent sur la voie d'un entrepreneuriat dit collectif.

2. De la dimension formelle de l'entrepreneuriat collectif à sa dimension institutionnelle

Si la figure de l'entrepreneur revient en force dans les discours managériaux, l'entrepreneuriat fait aussi l'objet de politiques publiques. Celles-ci ont vocation à donner un cadre légal plus favorable et participent aussi et surtout à promouvoir et à soutenir, par divers moyens, des vocations nouvelles dans le domaine de la création d'entreprises.

²³ Une ambiguïté dans la définition mérite que l'on s'y arrête : une opportunité d'affaires peut-elle être non-pécuniaire ? Cette assertion n'est-elle pas paradoxale : peut-on vouloir faire des affaires sans que l'un des motifs ne soit, *a minima*, d'en retirer de l'argent ? « *Entrepreneurial opportunities are those situations in which new goods, services, raw materials, and organizing methods can be introduced and sold at greater than their cost of production* Casson (1982) » (Shane & Vankataraman, 2000). Ce différentiel entre les coûts de production et le prix de vente engendre nécessairement la génération d'un profit pour l'entrepreneur. Paturel (2007) tente de contourner l'équivoque en apportant des précisions supplémentaires – ou plutôt en retirant le terme problématique –. L'entrepreneuriat « est, à partir d'une idée, l'exploitation d'une opportunité dans le cadre d'une organisation impulsée, créée de toute pièce ou reprise dans un premier temps, puis développée ensuite, par une personne physique seule ou en équipe qui subit un changement important dans sa vie, selon un processus qui aboutit à la création d'une valeur nouvelle ou à l'économie de gaspillage de valeur existante ». En supprimant le but pécuniaire dans l'action entrepreneuriale, l'objectif non explicite n'est-il pas d'inclure des initiatives qui proposent des services non-marchands, gratuits ou quasi-gratuits ? Les ressources financières proviennent dès lors, partiellement ou totalement, de fonds publics ou de fondations d'entreprises privées et l'objectif poursuivi par ces structures consiste moins en une accumulation capitaliste qu'à la recherche continue de moyens, d'origine privée ou publique, pour fonctionner.

Aussi la focale sur l'entrepreneur solo, individu solitaire cherchant à faire émerger son idée, est-elle partiellement remise en cause par les apports d'un courant théorique relativement récent : l'entrepreneuriat collectif.

2.1. Entreprendre « en temps de crise »

Si les entrepreneurs ne représentent qu'un travailleur sur dix en France (INSEE, 2015) et que la création est plutôt en recul chez les européens (Commission européenne, 2013), la question de l'entrepreneuriat est valorisée et fait l'objet de politiques publiques, notamment via son enseignement à l'université dans la lignée des préconisations de l'OCDE²⁴, déclinées à partir de la Charte de Bologne de juin 2000 et de la Banque Mondiale qui préconisent de « *libérer les forces de la libre entreprise* ». L'activation de cette dynamique, qui se donne pour objectif ambitieux de pallier aux problèmes de ralentissement de la croissance et à la montée du chômage, prend corps en France avec la loi de modernisation économique du 4 août 2008, laquelle consacre le statut de l'auto-entrepreneur (Levratto & Serverin, 2009).

Pour Marchenay (2009), cet enthousiasme récent et grandissant est le corollaire du désaveu pour « *la "société industrielle" (Aron), "post-industrielle" (Touraine), "salariale" (Castells), "technicienne" (Friedmann), etc. dont la crise annoncée expliquerait largement l'engouement manifesté dans les années 1990, à l'égard d'une "société entrepreneuriale", du "renouveau" voire de l'"exigence de l'esprit d'entreprise"* ». Ces discours participent ainsi du passage de « *"l'économie de management" qui se transforme progressivement en une "économie d'entrepreneurs"* » (Drucker, 1985 cité par Tounes & Fayolle, 2006). En somme, après que le rôle du manager ait largement occupé le terrain (Baumol, 1968), il s'agit aujourd'hui de « *mettre en avant, [d'] encourager (voire à glorifier) l'initiative individuelle et la liberté d'entreprise* » (Guyot & Van Rompaey, 2002).

Pourtant, cet enthousiasme révèle un paradoxe entre, d'un côté, un renforcement, par absorption et fusion, de la puissance des entreprises multinationales et, de l'autre, la mise en avant de l'initiative individuelle, au moment où les firmes au même titre que les pouvoirs publics ne parviennent plus à régler la question sociale de l'exclusion du marché du travail.

²⁴ Cf. par exemple OCDE, 2004, « Encourager l'entrepreneuriat en tant que moteur de la croissance dans une économie mondialisée organisation de coopération et de développement économiques », 2^{ème} conférence de l'OCDE des ministres en charge des petites et moyennes entreprises (PME) : promouvoir l'entrepreneuriat et les pme innovantes dans une économie mondiale : vers une mondialisation plus responsable et mieux partagée Istanbul, Turquie 3-5 juin

La question se pose alors de savoir si l'exaltation de l'entrepreneur, de l'esprit et de la création d'entreprise n'est pas à rapprocher d'« *une idéologie pour temps de crise, permettant notamment de pallier les carences de la grande entreprise* » (Boutillier & Uzunidis, 1999, p. 11 cités par Guyot & Van Rompaey, 2002). La fin du XXème signe l'affaiblissement de la confiance portée aux grands groupes hiérarchisés (Chiappelo & Boltanski, 1999), non seulement dans leur aptitude à garantir la protection des salariés mais aussi dans leur capacité à générer des retombées globalement positives en termes de bien-être social et environnemental.

2.2. De l'entrepreneur individuel...

Pour Hansen et Allen (1992), la célébration de l'accomplissement d'actes héroïques par un homme seul est profondément inscrite dans les mythes qui jalonnent l'histoire des civilisations. Ils incarnent la potentialité de changements profonds dans la société en général – et dans le monde des affaires en particulier lorsque ce héros prend la forme de l'entrepreneur solo –, et laissent entrevoir la possibilité que les hommes puissent s'arracher aux déterminismes et aux structures sociales qui les enserrent, voire les contraignent. Aussi, l'entrepreneur, éventuellement leader d'une équipe, inséré dans un environnement propice au développement de sa vision, demeure, pour de nombreux auteurs, le point central des recherches en entrepreneuriat (Boncler, Hlady-Rispal & Verstraete, 2006).

Toutefois, loin de constituer un monolithe, une entité aux caractéristiques incontestables, l'entrepreneur apparaît comme une figure complexe. Cette dernière apparaît au détour des études réalisées depuis le XIX^e siècle, par les deux grandes disciplines que sont l'économie d'un côté, et la sociologie de l'autre. Si cet acteur singulier suscite un réel engouement depuis l'avènement des sciences humaines et sociales, le choix de grilles d'analyse propres à chaque champ engendre des résultats disparates. Une synthèse a été proposée par Zafirovski (1999, traduit par Schmitt, 2015) qui rend compte des différences fondamentales entre ces deux approches de l'entrepreneur.

Figure 7: Comparaison entre les approches économiques libérales et sociologiques relativement à l'entrepreneuriat et au développement des entreprises

ELEMENT	APPROCHE DE L'ECONOMIE LIBERALE (NEO-CLASSIQUE)	APPROCHE SOCIOLOGIQUE
Nature de l'entrepreneuriat	Approche purement économique, sans contenu social, à l'exemple des sciences naturelles et technologique	Un idéaltype d'action sociale orientée vers les autres et sans cadre défini, tenant compte du contexte et des réseaux personnels.
Acteur	<i>Homo oeconomicus</i> , à l'exemple de Robinson Crusoe seul face à un marché « sous-socialisé »	<i>Homo sociologicus</i> aux actions complexes et sociales dans une société « sur-socialisée »
Type d'action	La seule Zweckrationalität de Max Weber ou l'action logico-rationnelle de Vilfredo Pareto	Autant la Zweckrationalität que la Wertrationalität ou l'action logico-rationnelle et nonlogico-rationnelle. Jürgen Habermas parle de rationalité partagée et sociale
Motivation	Rationnelle : la recherche du profit ou l'intérêt matériel, les incitations purement économiques	Rationnelle et non-rationnelle : le profit, le pouvoir, le prestige, les émotions, la solidarité, etc. L'intérêt personnel est un résidu plus que le fondement de l'« esprit animal »
Source de la motivation	Naturelle : le troc et l'échange, l'hédonisme inné	L'historicisme socioculturel, les motivations institutionnalisées, l'inné et l'acquis familial élargi
Type de rationalité	Formelle, substantive (chaque chose est évaluable et vaut en soi) : le calcul coût-bénéfice (financier)	La rationalité procédurale (selon les tendances et les façons de faire) : poursuite de fins sociales (bien-être, égalité, justice...)
Forme de marché	Complètement libre, à base de profit et de concurrence pure	Imparfait, entraînant la recherche de monopole pour réduire la concurrence
Structure sociale générale	Paramétrique, exogène. L'entrepreneuriat est indépendant des structures sociales	Variable, endogène. L'entrepreneur est encadré dans la structure sociale
Institutions	Elles proviennent des intérêts et des actions des entrepreneurs	Elle est assujettie aux contraintes préexistantes et aux comportements des entrepreneurs
Information	Sans limite, complète, permettant de prévoir et d'anticiper rationnellement. La connaissance peut être parfaite	Limitée, incomplète, contrôlée et biaisée en partie. Toute prévision et anticipation sont limitées et la connaissance est toujours restreinte
Processus de rationalisation	Optimisation : maximisation du profit ou minimisation des coûts	L'optimisation est une exception. Il faut s'adapter au collectif
Principes théoriques sous-jacents	Nominalisme, individualisme pseudo-psychologique, positivisme	Holisme, structuralisme, sociologisme, constructivisme

Source : Zafirovski (1999, p. 362, traduction libre de Schmitt, 2015)

Dans la première perspective (et comme évoqué dans la section 1), son rôle prépondérant dans l'activité économique est envisagé dans le cadre du paradigme rationaliste de l'individualisme méthodologique. L'invocation de l'innovation corrélée à la figure d'un conquérant – excluant de fait le rentier ou le commerçant et le manufacturier gérant de manière routinière leur entreprise – remet en cause la théorie de l'équilibre général de la théorie néoclassique pour lui opposer le caractère dynamique et en perpétuel changement de l'économie (Boutillier, 2010 ; Amable & Ledezma, 2015). En parallèle, une autre discipline s'empare de l'objet par l'entremise de l'un des fondateurs de la sociologie, Max Weber.

Celui-ci s'est attaché à décrire cet archétype de la modernité, reliant son émergence à la religion protestante (Weber, 2004). Partant du constat d'une disparité des revenus selon l'appartenance religieuse des individus, il démontre en quoi l'*ethos* protestant favorise le développement de l'esprit d'entreprise. Tout d'abord, celui-ci s'enracine dans une conception renouvelée du Salut personnel, par rapport au catholicisme, qui est décelable ici et maintenant dans l'accomplissement du *beruf*, le métier, lui-même consacré par l'enrichissement du travailleur. Toutefois, loin de pouvoir jouir de cette richesse acquise, l'ascétisme protestant conduit à ce que le profit soit réinvesti pour la communauté, et donc à relancer de nouvelles activités économiques elles-mêmes créatrices de davantage de richesses. En osant une hypothèse risquée, l'éthique protestante, telle que Weber l'avait mise au fondement du capitalisme, semble faire retour dans les discours sur l'entrepreneuriat contemporain, dans la mesure où la légitimité de l'enrichissement tient désormais à sa fonction communautaire (Cf. Verstraete, 2009 ; Porter & Kramer, 2011).

2.3. ...à son insertion sociale dans un réseau

Cherchant à proposer une troisième voie entre approches sous et sur-socialisées, des recherches conduites en sociologie, économie territoriale ou en entrepreneuriat focalisent leur attention tantôt sur l'insertion de l'entrepreneur (Reix, 2012 ; Bousquet, Barbat & Verstraete, 2016), tantôt sur celle des Petites et Moyennes Entreprises et Très Petites Entreprises (Callois, 2004 ; Angeon, 2008) sur un territoire donné. Ils ont montré que le créateur n'est jamais complètement isolé dans ces démarches, qu'il possède la plupart du temps des soutiens familiaux ou amicaux, financiers, matériels ou plus simplement affectifs. La réussite et le développement de l'entreprise sont liés à la nature du capital social et des réseaux sociaux dans lesquels le ou les entrepreneurs sont insérés.

De ce fait, l'entrepreneuriat est par nature territorial. Comme le montre Fabien Reix (2008) dans une étude sur les entrepreneurs de la région Aquitaine, l'entrepreneur, loin de ressembler à l'individu isolé, atomisé tel que théorisé par l'économie orthodoxe, s'inscrit au contraire dans un contexte favorable au développement de son idée au premier rang duquel se trouve le territoire. L'« ancrage territorial est souvent décrit comme une condition quasiment obligatoire pour mener à bien un projet entrepreneurial. En effet, il leur permet d'activer des réseaux de relations fondés (ou utilisés) localement afin *d'accéder à une diversité de ressources nécessaires à la création d'une entreprise (informations, opportunités, financements, conseils, etc.)* » (Reix, 2008).

Outre l'activation de réseaux construits dans les expériences professionnelles antérieures, les entrepreneurs créent et entretiennent leur activité à partir de leurs relations amicales et familiales – et particulièrement grâce à leurs ascendants, leurs pères en particulier. Les résultats de cette enquête conduite dans une perspective micro-analytique et compréhensive, sont largement corroborés par des études, menées dans une démarche méso-analytique, sur le développement territorial qui soulignent l'importance des relations sociales dans la pérennisation économique des entreprises en milieu rural (Callois, 2004) ou encore dans la réussite et la performance de projets locaux (Angeon, 2008). En somme, « *un espace délimité territorialement (peut) constituer un cadre favorable à la dynamique de la petite dimension* » (Fourcade & Marchesnay, 1997). Plus encore, il favorise l'activité entrepreneuriale en permettant l'émergence d'entrepreneurs dont l'avancement du projet se réalise dans un contexte de risques restreints, plus facilement évaluables (Courlet & Pecqueur, 2013). Apparaît ici une posture forte des études récentes sur l'entrepreneur « socialisé » : elle emprunte à la théorie des réseaux et plus particulièrement à la notion de capital social la nécessité de prendre en compte, en plus des caractéristiques individuelles (le capital humain), les effets des relations sociales pour dépasser une vision centrée sur l'individu.

L'ancienneté de la notion de capital social peut s'entrevoir chez Hobbes (« avoir des amis, c'est avoir du pouvoir ») et chez Max Weber qui distingue les trois types de ressources, économique, symbolique et politique dont disposent chaque individu pour prendre place dans la société (Degenne & Forsé, 2004). La conception contemporaine trouve son origine dans la définition proposée par Bourdieu²⁵ (Mercklé, 2016) : « *le capital social est l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau de relations durables plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance* »²⁶ (Bourdieu, 1980). A sa suite et dans une perspective différente, James Coleman cherche à réintroduire le postulat fondamental de l'économie classique dans la sociologie, à savoir que les comportements sociaux sont avant tout et essentiellement guidés par l'intérêt personnel.

²⁵ Même si, pour ce dernier, la notion de capital culturel est plus déterminante que celle de capital social

²⁶ Notons toutefois que la définition se poursuit : « (...) ; ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés de propriétés communes (susceptibles d'être perçues par l'observateur, par les autres et par eux-mêmes) mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles » qui réintroduit la notion d'agent chère à Bourdieu, moins aux auteurs de l'entrepreneuriat...

Mais c'est au milieu des années 1990 que le concept se diffuse plus largement avec le débat suscité par l'article de Robert Putnam, « Bowling alone » publié en 1995 à propos du danger que fait courir le recul de l'engagement civique, envisagé du point de vue de l'importance (ou de l'absence) des liens sociaux, à la vie démocratique (Méda, 2002). Il ajoute, à la seule dimension individuelle relevée par Coleman, les retombées positives pour la communauté : la confiance engendrée par l'importance et la qualité des relations sociales s'incarnent dans la vitalité des engagements syndicaux, politiques, associatifs, etc. Largement repris par les institutions internationales et particulièrement l'OCDE²⁷, ces travaux sont étendus dans le domaine économique pour mettre en avant un lien de causalité entre densité des réseaux sociaux sur un lieu déterminé et efficacité économique de ce dernier (Degenne & Forsé, 2004). La conclusion est donc inversée : le dynamisme d'une région donnée, d'une communauté humaine ne repose pas seulement sur des aspects économiques mais aussi sur la vivacité des liens sociaux. Cette thèse fait résonance avec celle défendue par Mark Granovetter dès 1973 sur la force des liens faibles (Degenne & Forsé, 2004) et la notion d'encastrement (*embeddedness*) en 1985 qui donnera naissance à la nouvelle sociologie économique (Laville, 2008 ; Le Velly, 2010) : toute activité économique résulte nécessairement de l'existence de réseaux sociaux qui la fondent et la soutiennent.

2.4. De l'entrepreneur en réseaux à l'entrepreneuriat collectif

Qu'en est-il de ces aspects et de leurs prises en compte dans le champ de l'entrepreneuriat ? Les notions de capital social et réseaux sociaux rencontrent un succès incontesté dans les recherches sur les PME et en entrepreneuriat (cf. la revue de la littérature proposée par Dussuc & Geindre, 2012). Elles mettent en exergue la dimension centrale dans un sens positif et, moins souvent, négatif des réseaux dans lesquels est inséré un individu. Mais d'autres auteurs ont proposé de déplacer la focale de l'individu vers l'acteur collectif arguant qu'une personne seule ne pourrait être en mesure d'accomplir l'ensemble des tâches qui incombent à un dirigeant sans l'aide d'une équipe, d'associés, etc. On parle alors d'entrepreneuriat collectif. Les principaux modes d'usage de ce concept dans la littérature réfèrent à plusieurs conceptions allant de l'organisation informelle en réseau à l'existence de structures juridiques incluant la dimension collective et coopérative comme un élément intrinsèque de l'entreprise (Ben Hafaïedh, 2006).

²⁷ OCDE, 2001, *Du bien-être des Nations : le rôle du capital humain et du capital social*, OCDE. Disponible sur : www.oecd.org/fr/edu/innovation-education/1870581.pdf. [Consulté le 10 avril 2016]

Un premier courant initié par Reich en 1987, le premier à avoir employé le terme, s'intéresse à l'importance des équipes de salariés dont le comportement entrepreneurial est déterminant pour la réussite de la firme. Cette proposition rompt avec la tendance générale qui consiste à focaliser l'attention sur la vision du ou des dirigeants d'entreprises de laquelle découle le dynamisme de l'entreprise par le truchement de la motivation des employés à s'y investir. Il s'agit alors d'examiner l'entrepreneuriat en équipe, également appelé équipreneuriat (Paturel, 2007) dont Boncler, Hlady-Rispal et Verstraete (2006) pointe le caractère flou tant les notions d'équipe entrepreneuriale (ou entrepreneurial team) et d'équipe dirigeante (ou top management team) sont difficilement distinguables de celles d'entrepreneuriat collectif (ou collective entrepreneurship), d'entrepreneuriat en équipe (ou team entrepreneurship) ou d'entrepreneuriat organisationnel (ou *corporate entrepreneurship*).

Le deuxième corpus, issu de l'économie industrielle, territoriale ou régionale, concerne les « clusters » qui rassemblent, sur une zone géographiquement située, des entreprises aux intérêts productifs semblables, soutenus par des structures publiques et semi-publiques. La nature collective de la dynamique entrepreneuriale réside dans la coordination stratégique entre les différents acteurs (cf. Chapitre 3, section 1). Le troisième courant enfin s'intéresse aux entreprises dites sociales, plus connues en France sous le vocable d'Economie Sociale et Solidaire, et s'attache à analyser les ressorts d'un champ particulier dans lequel la dimension collective est présente à deux niveaux : dans les objectifs et dans le fonctionnement interne. Sont concernés en premier lieu les entreprises historiques de l'Economie Sociale : mutuelles, coopératives et associations et, depuis plus récemment, des entreprises plus classiques du point de vue des statuts mais dont l'objet s'articule autour d'un projet social ou de bien commun (cf. Chapitre 1, section 3).

2.5. L'entrepreneuriat collectif : de l'aspect formel à la dimension institutionnelle

L'entrepreneuriat collectif réfère donc à deux conceptions. La première consiste à considérer l'aspect purement formel, à savoir le nombre d'individus engagés dans le processus de création. Outre les dissensions relatives à l'engagement statutaire (l'entrepreneuriat collectif ne concerne que des individus formellement associés ou englobe plus largement le dirigeant et son équipe de salariés), des chercheurs s'opposent sur la question séquentielle : l'entrepreneuriat collectif n'existe que si tous les fondateurs sont présents avant la phase de commercialisation ou prend en compte l'arrivée de nouvelles personnes à différentes phases du processus entrepreneurial.

Enfin, des remarques quant à l'équité des rétributions financières ou l'intérêt financier significatif des membres paraissent indispensables pour certains (Boncler, Hlady-Rispal & Verstraete, 2006) tandis que d'autres appréhendent de nouvelles formes dans lesquels cette dimension est absente, des porteurs du projet ne percevant pas de rémunération pour leur investissement (Boncler & Hlady-Rispal, 2003 ; Emin & Shieb-Bienfait, 2007).

La seconde acception, beaucoup plus vaste, postule que l'entrepreneuriat est collectif par nature : « *Most of the debate concerning the essence of entrepreneurship has, though, brought up views placing the individual at the centre, we here want to argue that entrepreneurship is a generically 'collective' phenomenon* » (Johanisson, 2002). Cette essence collective de l'entrepreneuriat rejoint les problématiques de la sociologie économique anglo-saxonne (Granovetter, 2006) et le courant français de la Nouvelle Sociologie Economique (Le Velly, 2007), de l'économie de la régulation et des conventions ou encore de l'économie politique des marchés (Jullien & Smith, 2012) pour lesquelles toute activité économique est nécessairement encadrée dans un régime social et institutionnel. Le premier révèle que les réseaux économiques et sociaux sont inextricablement liés tandis que le second garantit à la fois les conditions légales de réalisation par le maintien d'une concurrence libre et non faussée, l'obstruction aux situations de monopole, etc. et soutien à son dynamisme par la mise en place de structures d'accompagnement, par l'octroi de subventions publiques²⁸, etc. L'entrepreneuriat est dès lors collectif dans la mesure où son développement nécessite un contexte favorable²⁹ comme Baumol (1968) l'a montré en réinscrivant l'épopée de l'entrepreneur dans une perspective historique.

²⁸ « *On peut estimer à près de 65 milliards d'€ l'ensemble des aides publiques aux entreprises, dont 90% sont financées par l'Etat, et à au moins 6000 le nombre cumulé des dispositifs d'aides, dont 22 aides européennes, 730 aides nationales et, par exemple, 650 pour l'ensemble des collectivités de la seule région Ile-de-France. Ce total de 65 milliards d'€ représente un peu plus que le total du budget de l'Education nationale, près de deux fois le budget de la Défense, le même ordre de grandeur que le total des dépenses hospitalières, plus de trois fois le budget de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. C'est aussi un chiffre supérieur au déficit public.* » in Rapport sur les aides publiques aux entreprises (Décembre 2006), Inspection générale des Finances - Inspection générale des Affaires sociales - Inspection générale de l'Administration in http://lesrapports.ladocumentationfrancaise.fr/cgi-bin/brp/telestats.cgi?brp_ref=074000105&brp_file=0000.pdf [Consulté le 13 janvier 2015]

²⁹ A ce sujet, il est intéressant de consulter le descriptif des programmes mis en place par la Région Aquitaine en lien avec les centres universitaires et écoles pour le déploiement d'une culture entrepreneuriale (Boncler, Hlady-Rispal & Verstraete, 2006, p.17-20).

*

C'est cette conception large de la dimension collective qui sera ici retenue afin de concevoir la démarche entrepreneuriale non du point de vue de la dynamique interne de l'entreprise – et des individus qui la composent – mais comme une coalition d'acteurs orientés autour d'un projet commun de développement en circuits de proximité. Si assurément il existe des individus initiateurs, coordinateurs, médiateurs dans le portage de ces projets, la condition de leur réussite est attenante aux représentations collectives qui mettent au premier plan le développement durable des territoires.

3. L'entrepreneuriat collectif et collaboratif : de l'entrepreneur à l'impulsion entrepreneuriale

La proposition d'une participation multiple au processus entrepreneurial renouvelle les approches axées sur la seule initiative individuelle. La première intuition consiste, comme décrit précédemment, à focaliser l'attention sur l'équipe entrepreneuriale ou le système d'offre. Ainsi ces travaux se concentrent exclusivement sur la manière dont agissent des agents économiques en tant que producteurs ou entrepreneurs³⁰ entre intérêt individuels et stratégies collectives (Yami, 2003 ; Loubaresse & Pestre, 2014).

3.1. La création collective d'un système d'offre à base territoriale

Depuis une trentaine d'années, plusieurs études reconsidèrent la création des systèmes d'offre à partir des aspects sociaux et collectifs de la diffusion des innovations (Akrich, Callon & Latour, 1988), insistent sur la potentialité collective à qualifier des biens standards en produit de qualité (Allaire & Sylvander, 1997) ou s'interrogent sur les déterminants du déploiement conjoint d'organisations territorialisées (Fourcade, 2008), le tout dans un contexte de retour progressif des territoires et d'affirmation d'une économie de la qualité (Lagrange & Valceschini, 2007). Depuis le début des années 1980 en effet, période durant laquelle s'impose la stratégie porterienne fondée sur la structure des marchés³¹ (Yami, 2006), plusieurs auteurs commencent à souligner le caractère construit et collectif des dynamiques industrielles (Pecqueur, 2007).

³⁰ Même si les travaux conduits dans le cadre d'analyse de la théorie des réseaux ajoutent d'autres acteurs incontournables dans les processus de reconfiguration des logiques sociales, en insistant sur l'importance des actants, les non-humains.

³¹ C'est-à-dire les caractéristiques exogènes qui déterminent les choix et les stratégies des firmes en matière de prix de vente, de volume de production et de profit attendu (Balasse, 2003) .

Illustrée par le célèbre cas de Callon (1986) autour des noix de Saint Jacques à Saint Brieuc ou, plus récemment, la pêche au thon tropical (Le Roy & Guillotreau, 2002), la transformation du liège en Corse (Dari & Paché, 2015), la création collective de l'offre a ouvert un champ de recherche dans le sillage de l'affirmation de Granovetter de l'existence de réseaux indissolublement économiques et sociaux dans le champ des activités économiques. La mise en marché de ces biens résulterait d'« *un long processus de construction à la fois d'une communauté économique et d'une communauté sociale* » (Le Roy & Guillotreau, 2002), qui dépasse la simple question de l'alliance ou de la coopération d'organisations privées en vue d'obtenir un avantage concurrentiel sur un marché. En effet, la réussite d'une démarche collective dépend au moins autant de l'engagement et du comportement des acteurs individuels que de l'environnement, de son histoire et de ses caractéristiques culturelles. Aussi, l'échec d'une stratégie collective est à rechercher du côté de l'impossibilité à construire une identité ou une communauté qui dépasse le cadre et les compétences de chaque acteur individuel (Loubaresse & Pestre, 2014).

La qualification d'une ressource territoriale spécifique engage des acteurs économiques sur des temps longs de débats et de recherches de consensus, le plus souvent assorti d'un accompagnement de structures publiques ou privées soutenant la démarche de valorisation. Un champ s'est peu à peu ouvert autour de l'action de ses « acteurs tiers » dans la reconfiguration des relations entre organisations concurrentes (Geindre, 2005 ; Yami, 2006 ; Dari & Paché, 2015). Ces recherches, fondées sur les postulats de l'écologie humaine mais surtout de l'écologie sociale (Yami, 2003 ; Loubaresse & Pestre, 2014), s'intéressent aux conditions qui participent tantôt au succès, tantôt à l'échec de la structuration de plusieurs entreprises, sous l'égide d'un acteur tiers. Geindre (2005) a par exemple montré comment la constitution d'un syndicat professionnel de lunetiers dans le Jura a débouché sur le renforcement d'un secteur initialement composée d'acteurs atomisés. A l'inverse, Loubaresse et Pestre (2014) et Dari et Paché (2015) ont cherché les raisons de l'échec de la structuration du secteur pourtant prometteur de la filière liège en Corse et de la fédération des acteurs d'une filière vitivinicole dans la Loire. En un mot, la condition de succès³² réside dans la capacité de l'acteur tiers à faire passer l'ensemble des participants d'une filière d'un rapport de défiance/compétition à un rapport de confiance/coopération (Geindre, 2005) ou, pour le dire autrement, à rendre prééminents les intérêts collectifs sur les intérêts individuels (Dari & Paché, 2015).

³² Il n'y a pas vraiment d'intérêt à décrire les raisons de l'échec, ces dernières étant strictement ramenées au cas singulier étudié.

3.2. Création collective : acteur tiers, co-production et impulsion entrepreneuriale

Ces résultats sont intéressants à maints égards puisque la réussite des démarches entrepreneuriales territorialisées repose en grande partie sur ce binôme qui consiste à faire coexister projet individuel et ambition collective, le premier ne pouvant se déployer sans l'existence du deuxième. En outre, plusieurs enquêtes insistent sur le fait que des acteurs tiers participent au soutien et à la mise en visibilité des initiatives territoriales. Enfin, l'importance de l'accompagnement d'une initiative entrepreneuriale, notamment en ce qui concerne le développement des compétences de l'entrepreneur, a plusieurs fois été souligné (Bruyat, 1993 ; Dupouy, 2006). Pourtant, l'ensemble de ces travaux, qui restent focalisés sur l'offre, paraît trop restreint pour traiter l'objet de cette thèse qui entend inclure dans la dynamique économique d'autres acteurs voire des actants. Des exemples récents montrent en effet que la création de nouveaux marchés est moins le fait de la détection d'opportunités par un entrepreneur ou un groupe d'entrepreneurs regroupés, éventuellement regroupés sous l'égide d'un acteurs tiers, que son interpellation par des individus ou des institutions publiques en qualité de consommateurs plus ou moins politisés. Les tenants de la théorie économique néo-classique pourraient objecter qu'il s'agit là simplement de la rencontre d'une offre et d'une demande sur un marché. Pourtant la lente – et parfois fastidieuse – construction de cette relation montre à quel point, loin d'être naturelle, résulte d'un long travail de mise au point des parties engagées³³.

Lanciano et Saleilles (2010), à l'issue d'une communication sur les caractéristiques entrepreneuriales des agriculteurs engagés dans les circuits courts alimentaires à partir d'une grille d'analyse fondée sur les quatre paradigmes repérés par Verstraete et Fayolle (2005), s'interrogent sur le rôle joué par d'autres acteurs dans le regain de ce type échanges. Elles notent que les consommateurs individuels ou collectifs orientent et soutiennent la création de nouveaux marchés. Il s'agit donc d'élargir les parties-prenantes du processus entrepreneurial en intégrant, au-delà des entrepreneurs au sens strict, des acteurs institutionnels, des consommateurs, des associations qui peuvent être à l'origine de l'impulsion voire de la structuration d'une dynamique économique.

³³ Pour des illustrations significatives, voir Navarro & Dumain (2012) sur la mise en place des marchés de producteurs et Praly, Chazoule, Delfosse & Saleilles (2012) sur l'introduction des produits locaux dans les services de restauration collective.

Des organisations productives se structurent dont le fonctionnement, à l'instar des services de proximité décrit par Bernard Eme (2000), « *intègre[nt] des personnes socio-professionnellement hétérogènes, militants, institutionnels, [...] mais aussi et surtout usagers. A travers cette hétérogénéité de l'acteur collectif et cette réciprocité relationnelle s'opère une "construction conjointe de l'offre et de la demande" ».*

La réflexion s'engage dans la lignée des travaux sur la co-production : la frontière entre celui qui produit ou offre un bien ou un service et celui qui le consomme ou en fait usage n'est plus si claire. Désormais, le destinataire final ou intermédiaire, lorsqu'il s'agit du lien entre deux entreprises, est de plus en plus actif dans la définition des caractéristiques de l'objet et des attributs du service, voire assume une partie du travail jusque-là dévolue à l'organisation proposant l'offre (Robert, 2015). Cette volonté de co-construction lorsqu'elle s'articule au destin d'un territoire conduit assez naturellement à s'interroger sur la nature des liens qui relient entre eux les acteurs économiques en situation d'horizontalité traversant les frontières privé/public et marchand/non-marchand.

*

L'appréhension d'un événement entrepreneurial tel que celui qui est étudié ici doit dépasser le cadre trop limité de l'entrepreneur individuel ou collectif pour envisager l'intégration d'autres acteurs qui participent à la création puis au développement d'une nouvelle activité. Le point de vue se déplace de la logique de l'offre vers celle de la demande. Mais plus encore, c'est la relation, plutôt que les entités qui la composent, qu'il s'agit d'étudier.

Conclusion : une approche *multi-acteurs, multi-facteurs et multi-niveaux d'analyse*

*

Qu'en est-il en effet de ces expériences complexes, celles pour lesquelles Bréchet et Shieb-Bienfait (2012) appellent à « *relever ce défi de l'approche multi-acteurs, multi-facteurs et multi-niveaux d'analyse et partant multidisciplinaire* » ? La majeure partie des études dans le champ de l'entrepreneuriat, dans la lignée du modèle schumpétérien, a tendance à focaliser son attention sur le principe classique de l'entrepreneur « en cheville » avec la création de son activité.

Pourtant, lorsqu'il s'agit de revendiquer un lien fort au territoire, ce cadre d'analyse peut s'avérer trop restrictif pour saisir les enjeux relatifs à la mise en œuvre de projets dont le fonctionnement et les finalités impliquent la participation et la prise en compte de dimensions multiples, parmi lesquelles la capacité d'acteurs ayant des logiques d'action propres à se rencontrer et faire consensus autour d'un projet commun.

Convert et Mahieu (2015), dans une note de lecture critique sur *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* sous la direction de Pierre-Marie Chauvin, décrivent en termes très clairs le problème central du présent travail de recherche : il faut, disent-ils, être attentif à « *ces projets de création d'activités, notamment ceux qui se basent sur la mise en commun d'usages construits en activités viables économiquement, (...) portés par des collectifs au sein desquels les individualités singulières sont à différents niveaux d'implication et d'engagement. Mais même si certains porteurs sont plus investis que d'autres dans ces projets de création, un projet n'est pas réductible à un porteur créateur, ou même à cet « entrepreneur collectif » dont traite aussi la littérature entrepreneuriale. Ces mêmes porteurs peuvent être engagés simultanément dans d'autres projets adjacents ou emboîtés. Le jeu complexe des projets de création d'activités et d'entreprises qui associent, dans différentes configurations, collectifs et individus, n'est pas envisagé alors qu'il constitue une caractéristique de nombre de phénomènes de création actuels* ».

Section 2 - Origines et objectifs des nouvelles impulsions entrepreneuriales innovantes

Avant de repartir dans le chapitre 3 sur une analyse plus classique du lien entre entreprises et territoires, cette section entend élargir le cadre en opérant une incursion du côté de la littérature des mouvements sociaux afin de caractériser les formes prises par ces initiatives tant du point de vue de ceux qui y participent que des finalités recherchées. En effet, comprendre les changements de paradigmes dans la sphère économique enjoint à se référer aux critiques qui sont portées sur un système considéré comme désuet et aux propositions, tant sur le plan théorique que pratique, qui sont mises en œuvre pour y remédier.

Il s'agit ici de suivre les conseils des coordinateurs d'un dossier consacré aux apports de la théorie des mouvements sociaux dans un numéro de la *Revue Française de Gestion*³⁴ qui engage à se départir d'une vision trop réductrice selon laquelle, « *les "mouvements sociaux" renvoient souvent, dans le langage commun, à une réalité négative, synonyme de protestations sociales* ». Ils prescrivent au contraire de se saisir de ces analyses sur ces « *formes d'action collective durables et, le plus souvent, non institutionnalisées, remettant en cause l'autorité, les détenteurs de pouvoir, ou les croyances et pratiques culturelles dominantes* » (Golsorkhi, Bergeron, Castel, Durand & Leca, 2011). Si, dans ce numéro thématique, les problématiques des articles s'articulent principalement autour de questions relatives aux stratégies des organisations, le champ de l'entrepreneuriat et particulièrement lorsqu'il est question de s'intéresser au lien au territoire peut également trouver à se nourrir de ces apports.

Ainsi, le rôle joué par le consommateur peut-il être revu à l'aune de sa participation sociopolitique, la sphère de la consommation devenant le lieu d'un mode d'expression de ces préférences non plus individuelles mais sociales. Celles-ci se forment dans une prise de conscience plus globale des limites d'un système économique trop vorace en ressources naturelles et générateur de pollutions menaçant les territoires dans leur intégrité physique mais aussi dans le fait que la préemption d'une part conséquente de la valeur par des acteurs intermédiaires, qui plus est situés à l'extérieur des zones de production, apparaît comme de moins en moins légitime.

³⁴ « Mouvements sociaux, organisations et stratégies. », *Revue française de gestion* 8/2011 (N° 217)

1. De la prospérité à l'insoutenabilité

Après que la croissance économique depuis l'industrialisation et jusqu'à la sortie de la seconde guerre mondiale ait été synonyme de développement, certains mouvements sociaux, à partir du début des années 1970, récusent la corrélation positive entre augmentation de la richesse économique et bien-être social. Dès lors, de nouvelles contraintes pèsent sur l'offre qui doit désormais faire preuve de « responsabilité sociale » vis-à-vis de « parties-prenantes » aussi diverses que nombreuses dans le fonctionnement de l'entreprise.

1.1. La déconnexion progressive entre richesse et bien-être

La multiplication du PIB réel par 4,6 entre 1959 et aujourd'hui a certes participé d'une augmentation globale de la richesse pour la population en même temps que d'une amélioration sensible de nombreux indicateurs de développement tel que le niveau d'éducation, le niveau d'espérance de vie, le niveau de santé publique, etc. Pourtant, à partir d'un certain point, matérialisé par un niveau de revenu par habitant, le rapport vertueux entre croissance et développement s'amenuise : des scores identiques sont atteints en termes d'indicateurs de développement par des pays dont les PIB/hab. accusent de gros écarts. Dans le même temps, la croissance économique a généré le dépassement de plusieurs « seuils de soutenabilité » dont les plus connus sont la concentration importante de gaz carbonique dans l'atmosphère, les prélèvements excessifs de l'azote et le rythme très accéléré de réduction de la biodiversité. Aussi, tant sur le plan social que sur le plan écologique, de nombreuses critiques s'élèvent contre le système qui a longtemps porté avec lui l'idée de Progrès. « *En France, entre 1973 et 2005, alors que l'abondance matérielle (PIB/hab.) a progressé de 75%, le bien-être subjectif a stagné à un niveau assez bas* » (Gadrey, 2010). La corrélation positive entre croissance et développement qui s'est affirmée entre la fin du XIX^e siècle et le milieu du XX^e siècle, ne paraît plus si évidente depuis le début des années 1970.

Le premier texte déterminant est publié en 1972. Les experts du Club de Rome, une association privée créée en 1968³⁵ demande dès 1970 à des chercheurs du *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) une étude projective sur les effets de la croissance à moyen et long terme.

³⁵ « Fondé en 1968, le Club de Rome est une organisation internationale, non gouvernementale, vouée à l'étude de problématiques d'envergure mondiale – politiques, sociales et culturelles, environnementales, technologiques... – dans une perspective globale, multidisciplinaire et à long terme. Il rassemble des scientifiques, des chercheurs et des professeurs, des gens d'affaires, des femmes et des hommes d'État de tous les continents, entre autres, Mikhaïl Gorbatchev, ex-président de l'URSS et Rigoberta Menchú Tum, récipiendaire en 1992 du prix Nobel de la paix pour son travail pour la justice sociale et la reconnaissance des droits des peuples indigènes. » in <http://www.mddelcc.gouv.qc.ca/developpement/reperes.htm> [consulté le 3à juillet 2016]

The limits to growth, Halte à la croissance en français, ou rapport Meadows³⁶ s'appuie sur une modélisation mathématique pour alerter l'opinion publique quant aux effets engendrés par la croissance économique et démographique sur l'environnement naturel en termes d'exploitation des ressources naturelles et de pollutions (Brunel, 2009). S'il a été critiqué à l'époque pour ne pas avoir pris en compte le rôle de l'innovation technologique et la possibilité d'une substituabilité des facteurs de production (cf. plus bas), la sortie plus récente, en 2005, du très rigoureux rapport du *Millennium Ecosystem Assessment* corrobore cette thèse d'une dégradation rapide et ininterrompue des écosystèmes³⁷. Le lien jusque-là vertueux de la croissance et du développement laisse place à une image plus nuancée où la recherche d'une croissance infinie est associée à l'épuisement des biens naturels et à la production d'une pollution non prise en compte dans le calcul économique des firmes. Cette dénonciation rompt le compromis acquis depuis la seconde guerre mondiale dans les pays industrialisés fondée sur une production abondante et une redistribution des richesses sur la base d'un salariat assorti de protections sociales, la généralisation du confort matériel (accès pour tous aux biens d'équipement électroménagers, augmentation globale du pouvoir d'achat, etc.), l'accroissement des biens de consommation courante, qui concourt à maintenir l'idée d'un Progrès social (matériel au moins) jamais atteint.

1.2. De la durabilité au développement durable

C'est ainsi que le concept de croissance qui reflète l'augmentation quantitative et continue de la production des biens et services, pendant un temps synonyme de développement, laisse peu à peu place au Développement Durable qui se définit comme « *un développement qui s'efforce de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs* » (Slim, 2004). A la dimension sociale induite dans le concept de développement vient s'ajouter la question environnementale. Dès lors l'acceptation de la notion durabilité, longtemps associée à la permanence de la logique économique, ne va plus de soi.

C'est en 1972, à Stockholm, que la Conférence des Nations Unies sur l'environnement humain intègre pour la première fois des préoccupations d'ordre écologique et articule à la question d'un modèle de développement socialement équitable, une capacité du système à protéger l'environnement.

³⁶ Les auteurs du rapport sont Janine Delaunay, Donella H. Meadows, Dennis L. Meadows, Jorgens Randers et William-W Behrens.

³⁷ <http://millenniumassessment.org>

A l'issue de la conférence, les participants votent une déclaration de principes et un plan d'action de lutte contre la pollution. Est aussi créé le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), complémentaire au Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD). Le concept d'éco-développement supplante celui de développement. En 1984, Mme Gro Harlem Brundtland, à la demande de l'Assemblée des Nations Unies, est chargée de former et présider La Commission Mondiale pour l'Environnement et le Développement (CMED) en vue de proposer des recommandations pour préserver l'environnement tout en poursuivant le processus de développement. Les travaux de la commission s'achèvent en 1987 par la publication d'un rapport intitulé *Notre avenir à tous* également appelé rapport Brundtland. C'est dans ce texte qu'apparaît pour la première fois le terme de *Sustainable Development* traduit en français par Développement Durable.

En 1992, à Rio de Janeiro, la Conférence des Nations Unies sur l'environnement humain, ou Sommet de la Terre, est en quelque sorte la première traduction concrète des recommandations du rapport Brundtland avec la mise en place des agendas 21 (pour XXI^e siècle). Le programme Action 21 est une forme d'opérationnalisation de la Déclaration de Rio qui décrète la nécessité d'une conciliation entre protection de l'environnement, croissance économique et bien-être social pour fonder un développement qui soit durable. Dix ans plus tard, en 2002, le Sommet Mondial sur le Développement Durable à Johannesburg est l'occasion de renouveler les engagements pris : les gouvernements présents s'engagent à élaborer des stratégies nationales³⁸ de développement durable. Vingt ans plus tard, en 2012, la Conférence des Nations-Unies sur le Développement Durable, revient à Rio de Janeiro et aboutit à un relatif échec : des dissensions fortes apparaissent entre des logiques économiques orientées par le paradigme d'une croissance dite verte et d'autres appelant à un retour des Communs (Azam, 2010). Cette troisième voie possible entre Marché et Etats, où la propriété des biens n'est ni publique, ni privée mais collective, revient à la création de petites institutions adaptées aux réalités locales (Holard & Sene, 2010).

³⁸ Ces engagements se traduiront en France par la re-nomination du ministère de l'Ecologie et du Développement Durable puis la création en 2002 du Comité Interministériel d'Aménagement et de Développement du Territoire (CIADT), celle du Conseil National du Développement Durable (CNDD) en janvier 2003, du Comité Interministériel pour le Développement Durable (CIDD) et du Comité permanent des hauts fonctionnaires du développement durable en février 2003. La Stratégie Nationale de Développement Durable (SNDD) se fait le relais de l'engagement pris à Rio en 1992. En mai 2007, un Délégué interministériel au Développement Durable et un Ministère de l'Ecologie du Développement et de l'Aménagement durables entérinent définitivement l'intégration du terme durable dans les dénominations.

1.3. Le Développement Durable : un spectre de conceptions aux deux pôles antagonistes

Si la définition volontairement peu délimitée de la notion de Développement Durable a permis de faire consensus, il n'en demeure pas moins que la littérature autour de ce thème met en évidence les dissensions profondes qui ont émergé au fil du temps quant aux modalités à mettre en œuvre. Ainsi des analyses en termes de soutenabilités faibles *vs* fortes renvoient à des divergences fortes voire inconciliables. (Demazière, 2007 ; Boutaud, 2007) Selon que l'on se place dans l'une ou l'autre de ces positions, le Développement Durable n'apparaît plus alors comme une notion unitaire et fédératrice. Trois conceptions se dégagent – même si la dernière promeut plutôt le rejet de ce concept.

Dans la première, la « soutenabilité faible », la croissance économique apparaît comme une solution aux problèmes environnementaux. Cette posture tend à étendre aux problématiques environnementales les cadres d'analyse et outils traditionnels de la science économique à partir d'une hypothèse fondamentale de substituabilité des différents types de capital, naturel et technique. Les notions d'« externalités », de « biens publics » et « ressources naturelles » servent alors d'aiguillon pour diriger des politiques publiques qui peuvent, par exemple, opter pour la mise en place de taxes sur les activités à l'origine de pollutions. Cette solution repose sur les travaux de Grossman et Krueger qui, dans le cadre de recherches pour l'Accord de Libre-Echange Nord-Américain (ALENA) en 1993, montrent que la pollution par dioxyde de soufre augmente au fur et à mesure que le PIB augmente jusqu'à un pic avant de redescendre, soit une courbe en forme de U inversé. En effet, plus les pays sont industrialisés, plus ils sont conduits à adopter des pratiques vertueuses pour l'environnement. La banque mondiale baptise, en 1994, ce mécanisme : « courbe environnementale de Kuznetz ».

La seconde acception, qualifiée de « soutenabilité forte » s'apparente à ce qu'il est convenu d'appeler l'« économie écologique ». Porté par des économistes hétérodoxes dans les années 1960-1970, tels que Kenneth E. Boulding, Nicholas Georgescu-Roegen ou Herman Daly aux Etats-Unis et René Passet en France, ce courant se donne pour objectif d'insérer des éléments et des concepts de l'écologie au sein de l'économie. Ainsi, la « biosphère » est considérée comme système social intégrant le système économique à partir d'un principe de complémentarité entre le capital naturel et les autres facteurs de production. Mais le capital environnemental ne saurait être remplacé de manière satisfaisante par des technologies fussent-elles très performantes.

Dès lors ce courant engage vers la remise en question de la notion de croissance en tant qu'elle nécessite toujours plus de matières premières et d'énergie et qu'elle crée déchets et pollution. En d'autres termes, il ne s'agit plus de mesurer la richesse en termes de valeur monétaire mais de rendre compte des facteurs de production utilisés.

Enfin, depuis peu, on voit émerger des visions très critiques du Développement Durable dont la plus connue est la Décroissance. Celle-ci s'inspire de l'application des lois de la thermodynamique à la croissance économique de Nicholas Georgescu-Roegen. L'amélioration des conditions de fabrication en termes de pollution, incarnée par le principe de l'éco-conception est insuffisante voire trompeuse puisque, en parallèle, on constate une augmentation phénoménale des quantités produites. En outre, la croissance ne s'accompagne pas nécessairement d'une réduction des inégalités et de la pauvreté. La société doit donc changer d'objectifs : elle doit réduire le poids de ces activités nuisibles, réorienter l'économie vers la qualité plutôt que la quantité, partager autrement les gains de productivité et réduire le temps de travail. Le mouvement de la Décroissance s'appuie sur une analogie forte avec les principes connus de l'écologie, recourant aux termes d'écosystèmes et d'homéostasie, pour se représenter les systèmes sociaux.

1.4. Une nouvelle phase de la création de valeur à partir et pour les territoires ?

Si la mesure des conséquences du modèle économique actuel semble aujourd'hui collectivement intériorisée, au niveau international comme par les différents acteurs clés du système, la question se pose donc de la manière de faire évoluer les mécanismes de la création de valeur dont on peut déceler trois étapes successives depuis le XIX^e siècle (Tyl, Lizarralde & Allais, 2015). Dans les premiers temps de l'industrialisation, toute l'attention a porté sur l'amélioration des facteurs de production. La question consistait, selon une rationalité technique, à œuvrer sur le perfectionnement des machines autant que sur de nouvelles organisations du travail dans le but d'augmenter rapidement la productivité. Puis, sans que ce premier objectif ne soit abandonné, la création de valeur a été recherchée au travers de la minimisation des coûts de production et de commercialisation, grâce aux progrès logistiques et techniques ayant permis une économie des moyens. Enfin, le troisième et dernier temps consiste désormais à combiner des services de haute valeur ajoutée avec des biens à bas coûts.

L'une des conséquences majeures de cette dernière phase se donne à voir dans la déconnexion entre des zones de production située dans des pays aux standards sociaux et environnementaux bas, et des zones d'hyperconsommation, davantage localisées dans les pays riches. Le circuit de distribution s'est allongé induisant une dilution de la responsabilité des différents maillons de la chaîne de valeur qui génère une dégradation tant de l'environnement naturel que des relations dans la division sociale du travail.

Aussi, l'engouement pour la création d'activités par et pour les territoires articulée autour de valeurs sociales, environnementales ou culturelles prend-il corps dans le local comme lieu de décisions adéquat à résoudre les externalités négatives du système économique. Que ce soit dans le cadre de l'économie du partage ou dans la sphère de la relocalisation des activités économiques, ces expériences reconsidèrent, de manière consciente et explicite ou non, la notion de richesse (Viveret, 2003 ; Méda, 2006). Elles réactivent le débat sur la distinction élaborée par Aristote entre les deux définitions de l'économie, à savoir l'*oikos* dont les activités répondent aux besoins humains, et la *chrématistique* qui, basée sur l'échange mercantile, vise l'accumulation pour elle-même, sans limites et à des fins individuelles. Le territoire peut dès lors s'apparenter à la maison comme lieu de la bonne gestion et la notion de durabilité s'élargir de la seule sphère économique aux sphères sociales et environnementales.

D'un point de vue micro-analytique, la performance économique, comme d'ailleurs l'a mis en lumière la Responsabilité Sociale des Entreprises dans les grandes entreprises, n'est pas le seul gage de réussite d'un projet entrepreneurial : les initiatives innovantes répondent à une nouvelle demande sociale et bénéficient de ce fait du soutien des collectivités territoriales et de consommateurs et/ou usagers parce qu'elles répondent à d'autres enjeux. La question de la valeur et de la performance des entreprises ne peut plus être aujourd'hui réduite à leur seule dimension économique. La majeure partie des recherches, notamment celles conduites sur les clusters industriels, continuent d'évaluer leur impact territorial à partir du chiffre d'affaires par employé, de la valeur ajoutée, des exportations, du taux de survie des entreprises, de l'évolution de l'emploi (Chalaye & Massard, 2009). Pourtant de nouveaux critères sont mis en œuvre qui mesurent « *les effets positifs escomptés sur les territoires concernés en termes économique, social et environnemental* » (Paus Révion, 2010). Corrélativement à la percée du concept de Développement Durable, de nombreux travaux scientifiques se sont en effet appliqués à modifier les critères de mesure de la richesse des pays.

D'abord sur des critères sociaux, le premier indicateur d'envergure, l'Indicateur de Développement Humain (IDH) fondé par Amartya Sen, s'est diffusé à la fin des années 1990. Puis ce sont des dizaines d'indicateurs qui ont vu le jour (Jany-Catrice, 2014), intégrant au fil du temps des critères relatifs aux impacts sur l'environnement naturel. L'ensemble de ces instruments qui, à ce jour, n'ont pas évincé l'instrument de mesure phare, le PIB, révèle néanmoins un glissement dans la représentation de la richesse des pays indexée sur leur croissance pour passer à l'introduction de mesures plus complexes prenant en compte d'autres indicateurs de bien-être sociaux et individuels.

Le 14 avril 2015 a été promulguée la loi Eva Sas qui donne obligation au Gouvernement de remettre au Parlement un rapport présentant l'évolution de nouveaux indicateurs de richesse, tels que des indicateurs d'inégalités, de qualité de vie et de développement durable. Ces nouveaux critères s'appuient sur les travaux de la Commission Stiglitz dont le rapport final, remis en 2009, indique la nécessité de mettre en place de nouveaux critères qui permettent d'obtenir une représentation plus fine de l'état des territoires, le PIB étant difficile à appliquer à une zone géographique infrarégionale. En outre, il s'agit de prendre en compte les notions de qualité de vie des populations et celles de bien-être social qui échappe à une quantification monétaire. Cette nouvelle obligation faite aux pouvoirs publics locaux en gage d'exemplarité, à défaut de pouvoir l'appliquer au secteur privé, parachève ou plutôt poursuit ce double mouvement de prise en compte d'autres mesures de la valeur d'une part et de décentralisation de leur mise en œuvre. Il commence avec la Loi d'Orientation d'Aménagement et de Développement du Territoire (LOADT) ou Loi Pasqua adoptée en 1995, gratifiée en 1999 d'un second « D » pour Durable³⁹, qui marque un regain des politiques d'aménagement du territoire via la reconnaissance des pays (cf. Chapitre 5, section 1) et s'inscrit parallèlement dans le sillage des conférences environnementales internationales et européennes. Le Grenelle de l'environnement, en octobre 2007, offre un cadre d'application des futures décisions en adéquation avec les grands principes édictés lors des différentes conférences internationales décliné au niveau local. Enfin, depuis la Conférence de Paris sur le Climat (COP21) en 2015, des contrats Territoires à Energies Positives ont été signés qui prennent appui sur la capacité des territoires à trouver des solutions énergétiques adaptées aux spécificités locales.

*

³⁹ Loi d'Orientation d'Aménagement et de Développement Durable du Territoire (LOADDT) ou Loi Voynet

Des tendances macro-sociétales aux applications micro-économiques, force est de constater le changement d'acception du mot durabilité. Économique, en premier lieu, la rentabilité de l'activité permet à la structure de perdurer dans le temps. Mais cette condition nécessaire n'est pas exclusive : les parties-prenantes de l'expérience dont l'implication n'est pas guidée par un intérêt financier, cherchent à faire valoir d'autres valeurs qui ne résultent pas forcément de la transformation de la valeur d'usage en valeur d'échange. En d'autres termes, la durabilité d'une activité sur un territoire donné induit la prise en compte de différents niveaux d'exigences, d'un intérêt propre à un acteur désigné qui, comme le veut la théorie des parties-prenantes, possède une valeur intrinsèque (Mercier, 2006).

2. Les démarches entrepreneuriales territorialisées ou la prise en compte des parties-prenantes

Outre les clients et les actionnaires, d'autres acteurs prendraient désormais part, à divers degrés et pour certains de manière indirecte, aux décisions stratégiques. La théorie des parties-prenantes s'est sensiblement développée ces dernières années dans le sillage de la montée des préoccupations pour un Développement Durable.

2.1. L'entreprise avec ou face à ses parties-prenantes ?

De nouvelles contraintes pèsent donc sur l'offre qui doit désormais faire preuve de « responsabilité sociale » vis-à-vis de « parties-prenantes » aussi diverses que nombreuses dans le fonctionnement de l'entreprise. La conception relativement statique et homogène de la firme comme système clos a laissé place à une conception ouverte, inscrite dans un monde davantage instable et incertain (Auréjan, Joffre, Loilier & Tellier, 2007). À côté d'une axiologie dite financière relative à la théorie de l'agence considérée comme nouvelle orthodoxie car adossée aux hypothèses du « *comportement rationnel et de la recherche d'optimum parétiens, par la méthode de l'équilibre (en information imparfaite)* » (Coriat & Weinstein, 2010), un deuxième paradigme postule l'hétérogénéité des comportements individuels en invoquant le concept de rationalité limitée⁴⁰ ainsi que l'efficacité également limitée des entreprises (Mathieu & Soparnot, 2009).

⁴⁰ Un retour sur le concept de rationalité limitée qui occupe une place importante dans les recherches francophones sur l'entrepreneuriat sera réalisé dans la partie méthodologique (Chapitre 3, section 1)

Ce courant prend en compte la référence à plusieurs logiques d'actions non réductibles à la seule rationalité économique du fait de l'immersion de l'entreprise dans un contexte social global : le contexte est un paramètre à prendre en compte puisque dans une sorte de jeu d'influence réciproque, l'entreprise est poreuse aux événements qui se déroulent hors de la sphère économique autant que le monde qui l'entoure subit les effets de ses actions. Sur ces bases, la valeur produite pour le client⁴¹ et pour les actionnaires, qui se traduit par la rétribution du capital apporté⁴², est désormais étendue à un ensemble d'agents ou « stakeholders » qui sont intéressés au fonctionnement de l'entreprise⁴³.

La notion de « parties-prenantes » a connu ces dernières années un succès rapide dont témoigne l'existence d'un corpus très dense (Damak-Ayadi & Pesqueux, 2005) et ce en dépit (ou grâce) à une série de définitions pour le moins floues (Mercier, 2006). Parmi celles-ci, la plus englobante est celle de Freeman qui, en 1984, a tenté de donner un cadre cohérent à cette théorie. Une partie-prenante est représentée par « *tout groupe ou individu susceptible d'affecter ou d'être affecté par l'accomplissement des objectifs de l'entreprise* » (Mercier, 2006). Dès les années 1930 pourtant – et même si le terme de « stakeholders » n'a été employé pour la première fois qu'en 1963 – le constat d'une pression exercée par des membres extérieurs à l'entreprise sur les dirigeants, pour ce qui touche à leur responsabilité sociale, provoque déjà des prises de positions antagoniques dans le champ académique. Si, pour les uns, les actionnaires doivent être privilégiés, pour les autres, des droits doivent être reconnus aux autres acteurs qui participent de la bonne santé de l'organisation. Il existe en effet plusieurs catégories de partie-prenantes réparties selon leur degré d'implication dans la survie de l'entreprise. D'une typologie à l'autre, les classements diffèrent : internes ou externes, primaires ou secondaires, volontaires ou involontaires, la distinction des partie-prenantes – voire même leur droit à être reconnues comme telles – renvoie tantôt à la question de leur légitimité et tantôt à celle de leur pouvoir (Mercier, 2006).

⁴¹ C'est-à-dire l'utilité relative d'un bien ou d'un service pour le consommateur/utilisateur

⁴² Notons qu'entre le client et l'actionnaire, la notion de la valeur n'est pas de même nature ou, en tout cas, ne se situe pas au même niveau. Dans le premier cas, compte tenu du fait que c'est aujourd'hui l'offre qui détermine les fonctionnalités d'un produit et son prix en fonction des coûts de production l'expression de valeur-client renvoie à une position stratégique de l'entreprise qui doit être en mesure de proposer une valeur d'usage aux consommateurs-usagers. Dans le second cas, il s'agit d'établir la légitimité de la rétribution des apporteurs de capitaux au regard des risques encourus, une fois la valeur réalisée.

⁴³ Phrase pour le moins tautologique puisque littéralement, *stake* signifie intérêt

2.2. Parties-prenantes et partage de la valeur

Face à la montée de la critique et, partant, de nouvelles normes et contraintes prescrites par l'Etat sous la pression de la société civile, de nouveaux modèles font leur apparition pour lesquels « *la valeur marchande est désormais ouverte au partage* » (Borel, Massé & Demailly, 2015). Dans ce contexte, Kramer et Porter (2011) rappellent qu'au risque d'une délégitimation du système économique actuel, les entreprises doivent repenser leur manière de redistribuer la valeur. « *The purpose of the corporation must be redefined as creating shared value, not just profit per se. This will drive the next wave of innovation and productivity growth in the global economy. It will also reshape capitalism and its relationship to society. Perhaps most important of all, learning how to create shared value is our best chance to legitimize business again* » (Kramer & Porter, 2011). En somme, les auteurs appellent à repenser les frontières des entreprises attendues dans de nouvelles fonctions qui, par-delà la dimension économique, doivent répondre à des défis sociaux (en termes de santé, de bien-être, de création d'emplois de qualité, etc.) et environnementaux, via une démarche d'économie des ressources naturelles et un usage massif de technologies propres.

Le profit ne peut plus être le seul horizon de l'entreprise qui doit désormais embrasser une vision plus large à deux égards. Non seulement la rentabilité économique ne peut plus être le seul indicateur de performance d'une entreprise mais, en outre, les retombées financières de ses activités doivent être immédiatement ressenties par la communauté (*community*) – terme couramment employé dans la littérature anglo-saxonne – au-delà des seuls membres qui composent les unités productives (cf. Encadré 1). En d'autres termes, le cycle vertueux selon lequel la création de valeur économique entraîne nécessairement du bien-être social est rompu (cf. chapitre 2, section 1) : désormais, la valeur créée par les entreprises doit s'étendre hors d'elle-même. L'émergence de cette théorie depuis une trentaine d'années correspond à l'arrivée de nouveaux groupes influents incarnés par des Organisations Non Gouvernementales (ONG) ou des associations qui réclament un changement de comportement des entreprises en matière de protection de l'environnement et de justice sociale notamment dans les pays où les droits sociaux sont les moins respectés. En d'autres termes, cette théorie est corrélative de la prise en compte de nouvelles injonctions en matière de Développement Durable (Lauriol, 2004) (cf. Chapitre 2, section 2).

Encadré 1 : la *Grameen Danone Foods*

Le principe de la *shared value* est illustré par des stratégies de firmes parmi lesquelles la très connue *Grameen Danone Foods*, co-entreprise du groupe Danone et de la *Grameen Bank*, qui a contribué à installer des laiteries et à fabriquer des yaourts enrichis en micronutriments pour lutter contre la malnutrition dans des villages isolés en Afrique, Asie et Amérique du Sud en soutenant des initiatives locales. Mais cette activité qui ne concerne qu'une infime portion des activités de la firme sert à renforcer l'image positive du « *Groupe Danone à travers un double projet à vocation économique ET sociale : apporter la santé, par l'alimentation au plus grand nombre* » avant de rajouter quelques lignes plus bas : « *Pour autant le Groupe Danone en tant que société cotée en bourse, tenue de respecter le mandat délivré par ses actionnaires, ne peut intégrer des activités à finalité purement sociale* »⁴⁴.

2.3. La théorie des parties-prenantes à l'épreuve des dynamiques territoriales

C'est pourquoi, on a vu s'épanouir, en parallèle de la question des parties-prenantes, la notion de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) qui donne un cadre normatif pour la mise en œuvre d'un management par les valeurs et la création d'outils opérationnels sous la forme du *reporting* des activités d'une firme. En ce sens, la RSE vient donner corps à une « *représentation managérialo-centrée de l'entreprise au regard de ses parties prenantes* » dans le contexte d'un capitalisme à la fois utopique et prédateur de la société et de l'environnement. La RSE viendrait marquer les limites de sa prédation » (Pesqueux, 2009). Après la décennie 1980 qui fut celle de la qualité, après la décennie 1990 qui fut marquée par la valeur financière, la décennie 2000 aurait été celle de la RSE. Nous voyions ici par quel long glissement les errements de la logique court-termiste et la consécration de la valeur actionnariale (Lordon, 2000) ont conduit à ce que les entreprises soient investies de nouvelles missions et attributions. Néanmoins, lorsque Porter et Kramer (2011) défendent le principe de *shared value*, ils ne remettent pas en cause la création de valeur à destination des actionnaires (ni d'ailleurs la notion de qualité !), ils cherchent au contraire à la légitimer en reconduisant une partie vers la communauté (*community*).

⁴⁴

www.danone.communities.com/content/pourquoi-la-mission-de-Danone-rejoint-le-social-business-de-Danone-Communities [consulté le 17 mai 2016]

Ce type d'argumentation s'inscrit dans l'une des deux, voire trois, composantes de la théorie des parties-prenantes, à savoir sa branche instrumentale : voilà ce qu'il faudrait faire pour faire coïncider performance économique et financière de l'entreprise et acceptabilité sociale. Aussi ce cadre d'analyse n'est-il pas exempt de contradictions et plusieurs objections peuvent être apportées.

En premier lieu, sur le plan strictement théorique, la question se pose de la nature réellement descriptive (a) de cette théorie (Damak-Ayadi, Pesqueux, 2005). Toutes les parties prennent-elle vraiment part aux décisions de l'entreprise, ou n'est-ce là qu'une illusion entretenue par une communication avisée à l'égard de chacune d'entre elles ? On bascule alors très vite du côté normatif et prescriptif (b), dont les origines se situent dans le courant du management humaniste et qui se fonde sur une conception morale de la volonté humaine. Cette conception est bien loin d'être de celle de la version instrumentale (c), acception la plus répandue lorsqu'il s'agit d'étudier les processus et les résultats inhérents aux relations existantes entre l'entreprise et la société. En second lieu, cette « pseudo-théorie de la firme » (Damak-Ayadi & Pesqueux, 2005) reste attachée aux présupposés d'une performance indexée sur la rentabilité, la croissance, l'expansion, etc. Dit autrement, en dépit de son apparent projet de prendre en compte les préoccupations sociales dans les finalités de l'entreprise, la théorie des « parties-prenantes » dans sa version instrumentale subordonne toutes les formes de valeurs (valeur symbolique d'un objet, valeur d'usage d'un paysage, etc.) à la création de valeur économique. Au final, l'adoption de comportements vertueux n'est retenue que dans la mesure où est observée une corrélation positive entre performance sociale et performance financière. Ce cadre théorique s'est sensiblement développé ces dernières années mais présente des limites notamment par rapport à la centralité de la notion d'intérêt, d'une part, et à la primauté de la valeur économique dégagée pour l'entreprise d'autre part, trop restrictives pour saisir l'objet de cette thèse.

3. Nouveaux Mouvements Sociaux Economiques et place de la consommation

Cette troisième et dernière partie aborde le bouleversement à l'œuvre dans le champ économique en ce qui concerne la place du consommateur. Tandis qu'il est potentiellement considéré comme co-producteur de service et de biens dans la sphère marchande, c'est aussi en qualité de consommateur-citoyen qu'il revient sur la scène des mouvements sociaux.

3.1. De l'entreprise à l'espace marchand

Les démarches entrepreneuriales territorialisées peuvent être associées à des Nouveaux Mouvements Sociaux Economiques (Gendron, 2006) dans la mesure où l'intervention dans la sphère économique a pour but de modifier partiellement ou plus profondément les manières de produire et de consommer. Ce sont la plupart du temps des activités hybrides entre Marché, Etat et réciprocité (Gardin, 2006) qui s'appuient autant sur l'initiative privée que sur la participation des pouvoirs publics tandis que les logiques d'échange relèvent de transactions marchandes simples associées à d'autres types de liens davantage fondés sur le don pur ou avec contre-don. Plus généralement, ces NMSE poursuivent l'idée de l'encastrement de l'économie dans la sphère sociale et réactualisent des pratiques de l'économie sociale remontant à la fin du XIX^e siècle : ligues d'acheteuses, coopératives de production et de consommation, etc. (Demoustier, 2001) ou des modes de contestation anciens du type *boycott* et *buycott* (Trentmann, 2008 ; Bozonnet 2010 ; Cochoy, 2008). Les nouvelles activités économiques qui émergent dans un contexte d'affaiblissement des Etats-Nations, de mondialisation économique et de nouveaux enjeux environnementaux cherchent à retisser des liens de proximités entre des producteurs et des consommateurs, à agir collectivement dans la sphère économique pour lutter contre des injustices (Gendron, Lapointe, Champion, Belem & Turcotte, 2006). Elles revendiquent, comme ce fut le cas auparavant, un partage plus équitable de la richesse produite mais, phénomène plus inédit, elles aspirent aussi à une réorientation de la nature de cette richesse, en récusant la valeur d'échange de certains biens et services, pour n'en conserver qu'une valeur d'usage non appropriable à des fins privées.

Mais la remise en cause porte désormais sur le principe selon lequel les firmes mobilisent leurs facteurs de production pour créer de la valeur pour des actionnaires anonymes disséminés à travers le monde et pour des consommateurs à qui l'on ne reconnaît qu'une perception utilitaire de l'objet. Dès lors, la finalité comme les moyens employés peuvent apparaître sans fondement tant pour les producteurs que pour les consommateurs. Le retour au territoire dans les démarches entrepreneuriales renvoie à une double intention. Tout d'abord la création de valeur doit répondre à une entité incarnée : le territoire et ceux qui l'occupent. En outre, à l'ère du capitalisme cognitif dans lequel la valeur résulte davantage d'activités de communication (Negri & Hardt, 2000), la déconnexion entre le prix d'un bien ou d'un service et son utilité, en d'autres termes l'écart entre la valeur d'usage et la valeur d'échange, conduisent à réinvestir la question du juste prix.

Cette notion renvoie à des mobilisations qui, dans les années 1970 et dans le sillage de l'idéologie tiers-mondiste (Szczepanski-Huillery, 2005), dénonçaient les rapports d'inégalité et d'exploitation du « Sud » par le « Nord » et s'incarnait notamment dans le commerce équitable. En quelques années et corrélativement aux conséquences de la mondialisation économique, la fracture sociale s'est déplacée à l'intérieur de chaque région du monde (Ripoll, 2010). Sont alors nées des pratiques, regroupées sous les vocables de la consommation « solidaire » (Euclides, 2006), « alternative » (Ndiaye & Carimentrand, 2011), « engagée » (Balsiger, 2009) qui englobent aussi bien des achats guidés par des motivations politiques (justice sociale, protection de l'environnement) tournées vers le bien-être individuel (qualité, raisons sanitaires) matérialisés ou non par des produits étiquetés, fabriqués selon des procédés précis : socialement et/ou écologiquement responsables et/ou géographiquement traçables. Les comportements d'achat accéderaient ainsi à une fonction de moralisation du marché (Lori, 2008 ; Trentmann, 2008) et se traduisent, dans la stratégie des entreprises, dans les politiques de Responsabilité Sociale des Entreprises.

3.2. Centralité du consommateur et de la notion de besoin

En somme, la réelle nouveauté de ces mouvements sociaux réside dans le déplacement de la contestation jusque-là essentiellement cantonnée à la sphère de la production vers la sphère de la consommation où elle se déploie désormais massivement. Ce nouvel engagement du consommateur ou de l'utilisateur, individuel ou collectif, dans la sphère économique participent des mouvements de politisation de la consommation. Les « Sustainable Community Movements Organizations ». « *SCMOs can be defined as social movement organisations that have the peculiarity of mobilising citizens primarily via their purchasing power and for which the main 'battlefield' is represented by the market where SCMOs' members are politically concerned consumers* » (Forno & Graziano 2014). Ce changement de répertoire dans les mobilisations est corrélé à la suprématie du consommateur dans le capitalisme contemporain où désormais le discours s'articule alors à la valeur créée pour le client. En effet, autant que pour le producteur ou le distributeur, un bien ou un service acquiert une valeur pour le destinataire final : « *les offres circulent et constituent un marché parce qu'elles ont une valeur pour chacun des acteurs, qu'ils soient dans une position de fournisseur ou de client* » (Marion, 2013). De cette affirmation découle la norme EN 1325 qui mesure la « *relation entre la satisfaction du besoin et les ressources utilisées pour atteindre cette satisfaction* ».

Elle objective l'idée qu'il existe un besoin individuel non couvert et qu'il exige d'être contenté en tenant compte de la rareté des matières premières et du savoir disponible pour le concevoir.

Il s'agit là d'une conception particulière de la notion de besoin qui prend ses racines dans l'économie politique du XVIII^e siècle et s'articule à un renversement de perspective qui entérine une logique de l'offre où la consommation devient le but ultime de la production. Si de nombreuses typologies distinguent besoins fondamentaux et besoins superficiels, évoluant au gré des années, des besoins autrefois considérés comme « luxueux » ou « faux » devenant, dans un contexte différent, indispensables, il n'en demeure pas moins que ces derniers deviennent illimités et insatiables et la science économique, l'étude des moyens pour satisfaire la consommation (Arripe, 1998). Or, l'on peut aussi comprendre « *la consommation comme une modalité caractéristique de notre civilisation industrielle, [qu']à condition de la dégager une fois pour toute de son acception courante : celle d'un processus de satisfaction des besoins* » (Baudrillard, 1986, p.275).

3.3. Du rôle du consommateur dans la contestation à son intégration comme co-producteur

La participation active des consommateurs et/ou usagers dans la définition de nouveaux modèles économiques (Lanciano, Saleilles, 2010) engage à repenser son rôle. Dans une économie de service, le client est ainsi appelé à devenir prescripteur, voire même co-producteur (ou co-créateur), prenant en charge une partie des tâches qui incombaient auparavant à l'organisation. Que l'on pense au montage d'un meuble en kit ou au fait de faire soi-même le service dans les chaînes de fast-food jusqu'à la prise en charge totale de l'accueil d'hôtes et de compagnons de route ayant réservé chambres ou places dans la voiture, les frontières entre le producteur et le consommateur sont de plus en plus brouillées (Robert, 2015). Si nombre ces caractéristiques restent associées à la sphère économique, les acteurs initient aussi de nouvelles voies, mus par un sentiment de responsabilité ou de peur vis-à-vis de l'environnement et de leur santé, de l'emploi et des délocalisations, etc. s'accaparent ainsi un pouvoir d'auto-détermination de nature plus politique. Le producteur au travers de sa production et le consommateur par son acte de consommation mais surtout le principe de co-détermination de la quantité et de la qualité produite et du prix de l'objet échangé, participent d'un glissement des mécanismes « invisibles » d'un marché autorégulateur à ceux d'une prise de position citoyenne dans le choix des objets produits, distribués et consommés.

C'est la représentation elle-même du circuit économique qui est modifiée par le repérage des différents protagonistes, humains et non-humains, en jeu dans la circulation de ces objets. L'avènement de nouvelles formes entrepreneuriales, soutenues par des politiques publiques et/ou résultant de la mobilisation des consommateurs, cherchent tant dans leurs formes que dans leurs visées à répondre aux externalités négatives de la production de biens et de services à l'appui de nouveaux discours légitimateurs ou, pour le dire autrement, de nouvelles valeurs directrices.

Les préoccupations liées aux enjeux écologiques ont progressivement supplanté, sans toutefois les faire disparaître, les questions liées aux inégalités et à la redistribution des fruits de la croissance (Brunel, 2004). Néanmoins, la nécessité de refonder des liens sociaux et économiques avec des personnes et des entreprises proches géographiquement ou lointaines et inconnues grâce aux plateformes numériques (Robert, 2015) dans une logique de coopération guident de nouvelles doctrines économiques. De l'économie du partage à l'économie circulaire, en passant par l'économie de la fonctionnalité ou les circuits de proximités⁴⁵, elles tentent de répondre à des problèmes d'ordre général : modifier les habitudes de consommation, passer de la propriété à l'usage, retisser des liens sociaux, etc. et plus spécifiques posés par leur secteur d'activités ; les solutions apportées dans le cadre de la production agricole ne sont pas les mêmes que celles à trouver dans le monde industriel. Mais, de manière générale, loin de constituer une remise en cause du libéralisme économique, ces initiatives constituent plutôt des modes d'actions hybrides entre coopération et marché (Perret, 2015).

3.4. Critique interne et critique externe de l'ordre marchand ou critique sociale et critique « artiste » du capitalisme

La contestation de l'ordre marchand correspond en effet à deux formes distinctes (Dubuisson-Quellier, 2009). Le premier mode de contestation, la critique interne du marché, relève du phénomène repéré et nommé par Micheletti « action collective individualisée ». L'acte de consommation, acte individuel par essence, tente de modifier les qualités intrinsèques d'un produit ou d'un service.

⁴⁵ Les frontières entre chacune de ces doctrines restent floues mais sont caractérisées par des critères communs comme le principe de gré-à-gré ou la coopération, réalisés grâce à des plateformes numériques ou en relations directes. Une distinction formelle est même difficile car certains courants prétendent en englober d'autres, l'économie collaborative par exemple intégrerait les circuits courts tandis que l'économie de la fonctionnalité ne serait qu'un aspect de l'écologie industrielle.

Désigné parfois sous l'expression de « consumérisme politique », la dimension politique est toutefois relativisée par le fait que les entreprises initialement contestées intègrent ces nouvelles données à leur offre et parviennent ainsi à la rendre congruente avec les attentes des consommateurs. La capacité de régulation via la « souveraineté » du consommateur est relative (Dubuisson-Quellier, 2008) quand elle n'est pas tout simplement illusoire (Cooper, 2008 ; Cochoy, 2008). Le deuxième mode, la critique externe du marché, correspond à une remise en cause plus radicale de l'institution marchande en proposant des modes de régulation alternatifs. Le désengagement de l'ordre marchand passe par des échanges basés sur le don, le partage, le recyclage, etc. Elle opère au sein de groupes constitués réactualisant des pratiques de solidarité fondées sur le principe maussien de la fonction de l'échange comme ciment du lien social.

Pourtant cette économie du partage ou économie collaborative initialement fondée sur la gratuité a donné naissance à des initiatives marchandes de plus ou moins grosse envergure (*Airbnb*, *Blablacar*, etc.) dont les modalités de fonctionnement ont plus à voir avec un renouvellement des structures économiques du capitalisme que de véritables alternatives (Borel, Massé & Demailly, 2015). Les fondateurs ou dirigeants de ces Start-up ne récusent d'ailleurs aucun des principes fondamentaux comme la propriété des moyens de production, la nécessité de croître et de gagner des marchés toujours plus étendus (Arnaud, d'Audiffret, Massé & Stock, 2015) ; condition incontournable de leur réussite assise sur une forme d'hégémonie de l'offre.

On est alors tenté de suivre la voie proposée par Boltanski et Chiapello (1999) qui notent la dégressivité de la critique sociale à l'égard du capitalisme au profit de la « critique artiste ». Les auteurs relèvent ainsi quatre grands types de revendications contre un système dont la caractéristique fondamentale est précisément de se renouveler à partir de ses contradictions internes et ce depuis ses origines. Les deux premières, la dénonciation des inégalités et de la pauvreté, le rejet de l'égoïsme et de l'opportunisme induit par les moyens et finalités du monde économique, relèvent de la critique sociale et les deux suivantes, le sentiment de perte des repères, de désenchantement du monde et d'inauthenticité et celui d'oppression par les superstructures économiques et étatiques, s'apparentent à la critique artiste. Cette seconde forme de critique, non radicale, qui vise à contraindre le système sans forcément le subvertir a pris aujourd'hui l'ascendant sur la première. Il s'agit alors de rendre le système économique plus performant, plus à même de répondre à des conséquences néfastes en termes sociaux et environnementaux.

3.5. Le rôle de la consommation dans le retour du local

Ces expériences qui articulent entreprises et territoires sont revenues en force depuis trois décennies – et avec une intensité particulière depuis dix ans – à partir d’une remise en cause de la longueur de la chaîne de valeur, dans ses dimensions géographique et relationnelle, d’abord à l’intérieur de la sphère de la production puis concernant l’ensemble du circuit économique, incluant la sphère de la consommation. Cette double « distance » apparaît comme nuisible tant du point de vue de la justesse de la répartition de la richesse entre les différents acteurs du circuit économique que de celui des impacts écologiques qu’il engendre. Elles récusent d’une part le fait que le producteur perde une part de sa rétribution au profit de maillons intermédiaires intervenant entre lui et le consommateur ; maillons qui peuvent se situer loin des zones de production ou de consommation et, d’autre part, que les logiques existantes sont délétères pour l’environnement naturel et les générations futures dans la mesure où la conception actuelle de la valeur peine à prendre en compte les externalités négatives de l’activité économique (Kapp, 2015 [1963]). En somme le système est vu comme à la fois créateur et destructeur de valeur. La création de valeur économique engendre dans le même temps une destruction de richesses, au sens de valeur d’usage. Le défi est donc de produire, de créer de la valeur sans en détruire par ailleurs. Le consommateur « responsable » se trouve d’ailleurs pris en étau : peu transforment finalement leur sensibilité aux problématiques sociales et environnementales en actes d’achat (Ghewy, 2006 ; Mathe, 2009) ; leur contribution est davantage tournée sur les actes domestiques et plus largement non-marchand consistant à trier, à consommer moins, à partager plus. Mais lorsqu’il s’agit de se procurer des biens de consommation courante, la proximité apparaît de plus en plus comme le gage d’une cohérence entre nécessité consumériste et acte citoyen.

Un glissement sensible des mobilisations s’est en effet opéré de la scène internationale où la contestation était essentiellement discursive vers les scènes locales où il s’agit de mettre en œuvre des expériences économiques viables (Forno & Graziano 2014). Les Nouveaux Mouvements Sociaux Economiques rencontrent dès lors les préoccupations des acteurs, privés et publics, en charge du développement territorial, prises en étau entre les nécessités de la libre concurrence et la préférence locale. Pour prendre l’exemple des mobilisations autour des circuits courts alimentaires et du soutien à l’agriculture locale, le cadre légal régissant le code des marchés publics en termes d’approvisionnement a connu de nombreux ajustements.

Ce dernier s'est singulièrement modifié ces dernières années à la suite notamment du Grenelle de l'environnement⁴⁶. De manière globale, les règles de libre concurrence interdisant formellement de favoriser l'achat de biens produits localement ou ayant des signes distinctifs de qualité sont remises en cause (cf. Encadré 2)

Encadré 2 : Le rapprochement des producteurs et des consommateurs, extrait des préconisations du ministère

« Rapprocher le consommateur du producteur est l'un des principaux objectifs du Programme national pour l'alimentation (PNA), piloté par le ministère chargé de l'agriculture. Pour y arriver, cela passe nécessairement par une meilleure valorisation des productions locales et de saison, notamment en restauration collective publique. Ainsi, pour favoriser l'approvisionnement de la restauration collective via les circuits courts, le code des marchés publics a été modifié par décret le 25 août 2011. Qu'est-ce que ça change ? Le texte de loi donne la possibilité aux acheteurs de « retenir parmi les critères de choix de l'offre économiquement la plus avantageuse, les performances en matière de développement des approvisionnements directs de produits de l'agriculture. » En clair, les acheteurs de la restauration collective peuvent désormais intégrer dans leurs appels d'offres un critère "circuits courts". La notion de circuits courts désigne littéralement des formes de vente directe du producteur au consommateur ou comprenant un intermédiaire maximum, et non une préférence locale (ce qui serait contraire aux règles européennes de la commande publique). »⁴⁷.

3.6. De la communauté comme somme d'individualités à la communauté comme collectif

L'importance des retombées positives pour la communauté se situe au cœur des préoccupations de la théorie des parties prenantes. Aussi, quand le Comité Economique et Social européen présente la « *relocalisation de l'économie comme une question centrale pour l'avenir* » et qu'il prône « *la conservation de la valeur ajoutée autant que possible dans les territoires* » (Jouen & Lorenzi, 2014), ne remet-il pas en cause l'attention jusque-là uniquement portée à la valeur créée pour les clients et les actionnaires ?

⁴⁶ Loi du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement, notamment sur l'approvisionnement alimentaire ou les achats publics durables

⁴⁷ <http://alimentation.gouv.fr/bien-manger-a-la-cantine>

Le concept de *shared value* invoqué par Porter et Kramer (2011) renvoie au fait qu'une partie des fruits de la richesse créée revient aux membres de la communauté (*community*) ou, dans la perception française et plus largement européenne, au territoire⁴⁸. Dans ce cas, la création de valeur économique peut résulter de la création de valeur sociétale. Le recours au territoire est alors déterminant dans la mesure où il réarticule des échelles de valeurs et assoit une certaine légitimité d'une activité économique tournée vers ses membres.

A lire les constats et solutions apportés par la *shared value*, on pourrait croire que ces chantres du libéralisme économique adoptent la position de ceux, précisément, qui leur opposent une critique depuis plus de cinquante ans : partager la valeur, réduire les inégalités sur les territoires, prendre soin de la nature ; autant de revendications présentes sur la scène internationale depuis les années 1970 et qui prennent corps dans le rapport de Brundtland et le concept de Développement Durable. Néanmoins, il serait plus juste d'y voir un processus de « conventionnalisation » (Deverre & Lamine, 2010) qui transforme des pratiques alternatives en institutions plus traditionnelles du marché ou de l'Etat. La professionnalisation progressive ainsi que l'élargissement d'une clientèle qui n'a souvent plus rien à voir avec les convictions de départ sont tantôt considérés par leurs promoteurs comme un échec tantôt comme une réussite dans la mesure où les revendications sont prises en compte dans le cadre de la sphère marchande. Les nouvelles injonctions sont alors internalisées au sein des firmes sans remettre en cause les conditions fondamentales du fonctionnement basées sur la propriété privée des moyens de production et le principe d'accumulation. En outre, la réflexion portée par Porter et Kramer (2011) concerne davantage les firmes de taille importante que l'émergence de petites organisations ; l'enjeu est davantage de réaffirmer la légitimité du capitalisme comme système économique en capacité de produire des biens, des services et des richesses et d'en faire bénéficier au plus grand nombre possible. Enfin, la conception du bien-être est articulée à la notion de satisfaction des besoins et de « qualité de vie » qui réfèrent à une perception individuelle et subjective, sur le postulat fondamental de la primauté de l'individu, rehaussé de sa capacité à s'insérer dans des réseaux de toute nature (familiaux, amicaux, professionnels, etc.). Cette vision s'oppose néanmoins à ceux qui revendiquent la mise en œuvre d'indicateurs synthétiques du « bien-être collectifs », intégrant les droits sociaux et collectifs (Jany-Catrice, 2016).

⁴⁸ En effet, les termes « territoire » et « community » réfèrent peu ou prou à des éléments similaires sur la base de fondements culturels spécifiques. Là où les anglo-saxons évoquent la communauté (*community*), les européens font davantage référence à la notion de territoire ; le terme *territory* étant très peu employé si ce n'est dans son acception politique. Inversement, dans la tradition européenne, le terme communauté correspond à une définition relativement circonscrite d'un groupe social attaché par des liens de nature traditionnelle, par opposition à la notion de société qui incarne le lien social moderne (Merrien, 1997 [1992]).

*

Lorsqu'il s'agit d'aborder des expériences entrepreneuriales à la marge du modèle classique axé sur l'entrepreneur et son projet, le phénomène devient infiniment plus complexe ; le rôle du consommateur ne peut plus être laissé de côté. Mais plus qu'un individu ravalé à de simples besoins, il s'agit de considérer sa part active, à la fois sous l'angle collectif et institutionnel, dans la mise en œuvre d'initiatives.

Conclusion : De nouveaux cadres d'analyse pour de nouvelles formes de démarches entrepreneuriales

*

Saisir les nouvelles formes de dynamiques entrepreneuriales enjoint à explorer des sous-champs de l'entrepreneuriat afin de caractériser au mieux ces nouvelles expressions. Après avoir procédé à une incursion dans le domaine relativement récent de l'entrepreneuriat social, il s'est agi de dépasser la figure héroïsée de l'entrepreneur pour adopter le cadre de l'entrepreneuriat collectif. Ce nouveau référentiel de l'action entrepreneuriale conduit à prendre en considération la logique de co-production des biens et des services : l'impulsion entrepreneuriale n'est plus le seul fait de l'entrepreneur mais inclut aussi les usagers-clients particuliers et les accompagnateurs-consommateurs institutionnels. Le phénomène peut alors être envisagé non plus seulement comme le résultat de la recherche d'opportunités d'affaires à des fins privées mais aussi comme l'effet de la rencontre de plusieurs acteurs, individuels et institutionnels⁴⁹, alternativement promoteurs de projets orientés vers le développement durable du territoire.

Ces initiatives s'inscrivent en effet plus largement dans une dénonciation des méfaits des modes contemporains de production (Kapt, 2015 [1963]) et de consommation de masse (Baudrillard, 1968 ; 1986) ; thèmes qui vont lentement se diffuser auprès du grand public jusqu'à ce que soit atteint, dans le courant des années 1990, une sorte de consensus autour de la nécessité d'un Développement Durable (Brunel, 2004 ; Slim, 2004). Pourtant, au mitan des années 2010, le bilan est mitigé : la prise de conscience des externalités négatives du système économique actuel touche désormais la majeure partie des acteurs influents mais la question reste ouverte quant aux solutions à mettre en œuvre pour lutter efficacement contre cette situation.

⁴⁹ Le terme « institutionnel » doit être compris ici au sens large, c'est-à-dire incluant, au-delà des pouvoirs publics locaux, les firmes financières et non-financières, implantées sur les territoires.

Et pour cause : outre une forte inertie des organisations sociales et la difficulté à opérer des changements rapides et en profondeur, les réponses à cet état de fait oscillent entre deux propositions polaires, elles-mêmes traversées d'antagonismes. La première consiste en une intériorisation par les entreprises de ces nouvelles injonctions sociétales qui induisent une sérieuse remise en cause de la logique court-termiste inhérente à leur insertion sur des marchés financiers et mondiaux extrêmement concurrentiels et volatiles. La deuxième appelle à sortir du marché et donc de la logique marchande, d'une part, mais aussi de la gestion étatique, d'autre part, des biens et des services considérés comme « communs » : de la production d'énergie aux transports collectifs dits propres en passant par les semences agricoles ou la propriété collective des logiciels libres. Ces propositions génériques, pour le moins éloignées, reviennent à prouver que le Développement Durable reste un concept flou à partir duquel peuvent être formulées des solutions très hétérogènes.

Conclusion du chapitre 2

Depuis quarante ans et avec plus d'intensité depuis une quinzaine d'années, de nombreuses voix s'élèvent pour remettre en cause les instruments de mesure strictement quantitatifs de l'activité économique pour proposer une appréciation plus qualitative de la production globale de biens et de services (Viveret, 2005 ; Meda, 2006 ; Gadrey, 2010 ; Jany-Catrice & Gadrey, 2016). La volonté d'œuvrer pour un territoire implique, outre la valorisation, la régénération ou encore la protection des ressources spécifiques d'un territoire, la mise en mouvement et une recherche de cohérence entre plusieurs entités, privés ou publiques, individuelles ou collectives, qui doivent partager un minimum de vue commune. Les initiatives étudiées dans ce travail de recherche se situent à différents pôles : si les unes privilégient la dimension environnementale, d'autres articulent davantage de leur vision à un principe de différenciation permettant de trouver de nouveaux débouchés ou de vendre à un coût plus élevé leurs marchandises. Elles constituent dès lors des démarches inédites que les cadres d'analyse classique de l'entrepreneuriat fondés sur la dialogique de l'entrepreneur et de son projet, guidée par l'innovation, la création de valeur ou encore la détection de nouvelles opportunités peuvent difficilement saisir.

Un détour par le champ d'étude des mouvements sociaux a permis d'éclairer le rôle joué par les consommateurs, en tant que client ou usager, dans la construction de nouvelles démarches entrepreneuriales. Les actions peuvent alors se déployer comme des tentatives de rupture avec la logique marchande classique en impliquant les membres en qualité de participants bénévoles ou par des engagements contractuels. Mais, selon les territoires, des formes plus conventionnelles peuvent supplanter ces premiers modèles alternatifs. L'articulation entre les organisations originales et les organisations actuelles mérite d'être regardée pour mieux saisir les tensions à l'œuvre desquelles découle la structuration de réseaux différenciés quoique perméables.

Axe de recherche n°2

Plutôt que de fonder l'analyse sur des catégories déterminées (entrepreneurs, institutions, consommateurs), les dynamiques économiques peuvent être pensées à la croisée de ces différentes logiques face à de nouvelles problématiques en termes de durabilité, confrontant les acteurs à des résolutions pratiques.

Chapitre 3 - Territoire et projets en circuits de proximités

La vision selon laquelle les moteurs du développement d'un territoire reposeraient sur les flux monétaires en provenance de l'extérieur et que leur circulation interne aurait des effets multiplicateurs en termes de revenus et d'emplois est progressivement remise en cause pour laisser place à des mécanismes plus nuancés voire parfois opposés. A partir des années 1980 en effet, on observe une dissociation entre territoires productifs de croissance sans développement et territoires résidentiels de développement sans croissance. La césure démographique et sociale entre espaces urbains en voie de métropolisation et des zones périphériques produit, aussi bien à l'intérieur des pays riches que dans les nations moins favorisées, des fractures sociales. Des modalités diverses sont expérimentées au niveau local pour répondre à ces problématiques.

La réussite d'un projet innovant à dimension territoriale dépend de la capacité du ou des porteurs à emporter l'adhésion de partenaires, individuels ou collectifs, privés ou publics, financiers ou techniques pour s'insérer ou créer des coopérations⁵⁰. Une démarche méso-analytique conduira à caractériser les interactions entre acteurs dans la production des rapports sociaux et de règles autour de ce qui peut constituer un effet positif sur les territoires. Nous verrons dès lors que plusieurs réseaux d'acteurs, géographiquement situés, distincts bien que perméables, se constituent selon des logiques de similitude et d'appartenance (Rallet & Torre, 2004 ; Bouba-Olga & Grosseti, 2008). Un entrepreneuriat en prise avec le territoire implique souvent en effet la coordination de plusieurs acteurs, la capacité des uns ou des autres (et pas uniquement d'un porteur de projet individuel) à intéresser (Akrich, Callon & Latour, 1988) et à impliquer des organisations et des individus autour d'une définition du local. Ce dernier se dessine à l'aune des référentiels des acteurs concernés. Aussi, lorsqu'il s'agit d'une institution publique, le « *local [est] ajusté à la compétence territoriale du financeur* » (Delfosse & Navarro, 2012). Plus difficile est l'abord du point de vue des agents économiques, que ceux-ci soient les ménages ou les entreprises. Le local est non seulement une appréciation subjective : les frontières du local se meuvent selon des logiques fonctionnelles, culturelles et de réseaux.

⁵⁰ Notons que cette dimension coopérative apparaît depuis peu de temps comme nouvelle injonction afin de dépasser les apories de la « responsabilité individuelle ».

Section 1 - Quand le territoire s'invite dans la dynamique entrepreneuriale

Après qu'il soit apparu dans la littérature académique dans les années 1970 via la géographie sociale d'une part et l'économie territoriale d'autre part, l'usage du concept de territoire a connu, ces vingt dernières années, particulièrement en France, Espagne et Italie (Debardieu, 2006) un essor sans précédent et ce, dans toutes les disciplines des sciences humaines. Cette extension définitionnelle répond à une diffusion non moins importante dans le champ social qui n'est pas sans questionner les enjeux tant matériels qu'imaginaires qui l'entourent. L'adjectif territorial aujourd'hui accolé à bon nombre de noms : développement, gouvernance, projets, etc., doit mettre en garde le chercheur quant à son aspect performatif (le développement, la gouvernance, les projets, etc. sont-ils de fait territoriaux ou doivent-ils être à tout prix territoriaux ?). Aussi, lorsqu'il est question d'utiliser ce concept, mobilisé dans le cadre de ce travail de recherche pour comprendre une forme particulière d'entrepreneuriat, il est nécessaire de bien préciser l'acception retenue. Prescrit ou construit, inscrit dans des frontières administratives (nationales, régionales ou infrarégionales) ou refondé sur l'appartenance ou le projet, unifié ou fractionné, le territoire réfère à plusieurs interprétations.

Le premier temps de la démonstration consiste à aborder le territoire à partir de sa discipline d'origine, la géographie, afin de dépasser une définition trop restreinte d'un lieu physique caractérisé par son climat et ses reliefs ou, plus couramment, comme espace politique circonscrit par des frontières administratives. Le second temps, plus proche des préoccupations de la problématique de recherche, articule le retour du territoire dans l'analyse économique à l'institutionnalisation des politiques publiques, c'est-à-dire à la manière dont la question du développement économique va s'opérer de plus en plus à un niveau méso-analytique.

1. De la dimension spatiale à la dimension sociale du territoire

La notion de territoire occupe réellement l'espace social et académique à partir du début des années 1990, période durant laquelle il suscite de vifs débats en France dans un contexte de mondialisation économique et culturelle (homogénéisation des standards et accélération des flux de marchandises et des personnes). Un détour par les enjeux épistémologiques permet d'appréhender les glissements définitionnels : au territoire, comme espace délimité sur lequel s'exerce une autorité politique, succèdent des considérations plus larges autour de son appropriation en termes juridique, économique et symbolique par les hommes qui l'occupent.

1.1. Un terme polysémique, une réalité multiple

Etymologiquement, *territorium* dérivé de *terra*, la terre a donné en français les mots territoire et terroir. Dans son sens le plus ancien et le plus courant, le territoire correspond à un espace approprié et contrôlé, nécessairement lié à la question du pouvoir (Pourtier, 2005) : « *tout groupe social (au sens le plus large qui soit, y compris un groupe économique ou politique) a comme objectif général d'assurer sa reproduction au cours des temps. Pour ce faire, il s'approprie et façonne une portion plus ou moins étendue de la surface terrestre. Le territoire peut être défini comme la portion de la surface terrestre, appropriée par un groupe social pour assurer sa reproduction et la satisfaction de ses besoins vitaux. Tout groupe aménage et gère cette étendue de terre qui possède alors une unité de fonctionnement, celle que le groupe lui assigne. Le résultat est la production d'un territoire doté dans le temps d'une certaine stabilité* » (Le Berre, 1992, p.1132). A cette exception près, il n'est pas ou peu utilisé dans le vocabulaire des sciences sociales jusqu'au début des années 1980, date à partir de laquelle il se diffuse assez rapidement pour devenir un concept plus complexe aux multiples facettes avec un « *foisonnement d'usages allant du territoire géographique des espaces vécus au territoire politique des institutions, du territoire naturel des espaces protégés au territoire ritualisé des communautés, du territoire militaire des relations internationales au territoire mental du subconscient...* » (Faure, 2013).

Loin de se laisser enfermer dans une définition stricte, le territoire réfère à des réalités plurielles. L'ouverture de nouvelles pistes de recherches, tant la place de l'Etat était centrale dans les recherches jusqu'au début des années 1990, provient sans doute des apports de l'éthologie et de l'ethnologie qui proposent de reconsidérer l'espace vécu en passant outre l'existence de frontières érigées au cours de l'histoire. De manière métaphorique, le territoire peut être envisagé sous l'angle de l'appropriation à la manière agressive du monde animal ou, dans une perspective plus pacifique, sous la forme d'une appropriation cognitive et symbolique. En somme, loin de se réduire à une définition simple, le territoire, objet complexe mêlant aspects concrets et dimensions abstraites, fait l'objet de plusieurs acceptions (Levy, 2003). Proche du terme espace, ses caractéristiques géographiques sont complétées de qualités historiques attachées à une aire déterminée. Dans les domaines de l'économie et des sciences politiques, il est utilisé en lieu et place du terme local pour désigner un lieu, lui-même, inclus dans d'autres lieux plus vastes, nationaux, mondiaux. Enfin, il est enfin un espace vécu et, de ce fait, berceau d'une appropriation symbolique individuelle et collective.

1.2. Multiplicité et enchevêtrement

Si l'espace renvoie à « *une combinaison complexe de forces et d'actions mécaniques, physiques, chimiques, organiques, etc.* » (Raffestin, 1989), le territoire se définit par l'empreinte de la culture, du travail de l'homme sur la nature. La géographie sociale a réintroduit le lien, longtemps passé sous silence, du vécu de l'individu à l'espace. Armand Frémont est le premier à proposer une appréciation subjective, postulat qui ouvrira la voie au développement et à la complexification de la notion. A la dimension spatiale, s'ajoutent deux autres aspects structurants : les espaces que l'on habite, occupe temporairement, traverse, etc. sont empreints d'une réalité sociale et ceux auxquels on se réfère ont une réalité culturelle.

En ce sens, « *le territoire est une œuvre humaine. Il est un espace approprié. Approprié se lit dans les deux sens : propre à soi et propre à quelque chose. Il est la base géographique de l'existence sociale. Toute société a du territoire, produit du territoire. En fait, elle a en général plusieurs territoires, voire une multitude* » (Brunet, 1991 cité par Alphandery & Bergues, 2004). Plusieurs aires et frontières administratives et/ou culturelles se superposent les unes aux autres, fruits de dynamiques multiples, et renvoient à des pratiques diversifiées. « *La production contemporaine de territoires locaux n'obéit donc plus exclusivement à l'encadrement administratif d'un côté et à la gestion des services publics municipaux de l'autre, mais plutôt à une logique de recherche des territoires multiformes du développement, au sens d'espaces de mobilisation des différents acteurs potentiels du développement autour d'un projet* » (Giraut & Antheaume, 2005). Les territoires sont reconfigurés et légitimés à partir des activités humaines qui s'y déploient, selon leur nature, sociale, économique, culturelle, etc. et les enjeux assignés par les individus et les groupes sociaux. Aussi celui-ci peut-il être considéré comme un espace géographique aux dimensions variables, qui ne prend sens qu'à l'aune du projet et des alliances mais aussi des conflits et tensions qui s'y déploient. En somme, le(s) territoire(s) apparaît(en)t comme une série d'emboîtements, voire de multi-enchevêtrements spatiaux et sociaux.

Di Méo (1998), au terme d'une argumentation sur ce qu'est le territoire par rapport à l'espace, conclut sur ses quatre significations. Il réfère d'abord à la question de la spatialité en tant qu'elle permet à un individu de s'insérer dans un groupe voire dans plusieurs groupes sociaux ; ainsi la trajectoire personnelle, médiatisée par l'espace social, est la base de la construction d'une identité collective. Il est ensuite effectivement politique, c'est-à-dire portion d'espace borné et contrôlé pour la reproduction des groupes sociaux.

En troisième lieu, il est un champ symbolique : les valeurs notamment patrimoniales qui lui sont attachés participent au renforcement d'un sentiment d'appartenance à un groupe. A ce titre, « *le territoire identitaire devient un puissant outil de mobilisation sociale* » (Di Méo, 1998, p. 108). Enfin, il réfère à une histoire, longue, qui contribue à donner corps à une identité collective.

1.3. Les déterminants de l'appartenance à un territoire

Le territoire doit se comprendre au travers de constructions interprétatives qui explicitent les liens de l'homme à son environnement. Debardieux (2009) cite trois registres de l'imaginaire : bio-physique, institutionnel, électif. Le premier, bio-physique, réfère au « *rapport de co-détermination* » entre l'homme et les ressources naturelles, à « *la mise en tension écologique de collectifs et d'individus avec leur environnement immédiat* ». En somme, le territoire s'apparente à la manière dont les hommes disposent, s'approprient les ressources et réciproquement, comment ces conditions naturelles conforment et contraignent les populations qui y vivent. Le deuxième, institutionnel, correspond « *à l'adoption et à la mise en pratique de modèles sociaux et politiques dans la représentation, la pratique et l'appropriation de l'étendue* ». Le terme institution doit être pris au sens large, c'est-à-dire les normes, les règles et les rapports institués. Ce dernier réfère à l'ensemble des institutions sociales et politiques, telles que, classiquement, les structures représentatives de l'Etat, mais aussi, antérieurement, les Eglises dont l'organisation se fondait largement sur l'ancrage territorial de la communauté des fidèles (Castel, 1995). Les entreprises enfin, lorsque leur implantation au moment des grands développements industriels, lient leur destin à la communauté territoriale à l'instar de la métallurgie dans le Nord ou de l'aéronautique dans le quart sud-ouest de la France. Le troisième registre de l'imaginaire repéré par Debardieux (2009), le registre électif, renvoie à l'appréciation individuelle et subjective du territoire qui peut échapper – en partie seulement – aux frontières politiques et administratives et aux déterminismes naturels et culturels.

Saisir le territoire au travers de ces trois dimensions dialogiques, puisqu'il est question des relations entre l'homme et l'espace physique et socio-politique dans lequel il évolue, revient en fait à parler de territorialité. Plus que le concept de territoire, c'est cette notion qui est mobilisée par les chercheurs en sociologie, anthropologie, sciences de gestion, rejoignant les conceptions de la géographie culturelle et s'éloignant des définitions restrictives des politologues ou des économistes.

Ici, le territoire n'a de sens qu'à travers les discours, les représentations et les pratiques des populations qui l'occupent ; il devient alors le point de départ de problématiques sur les identités, les interactions, les coordinations d'acteurs se réalisant dans un espace donné. Mais avant d'aborder le double aspect des interactions et coordinations, un détour par la notion de l'identité s'impose. Le rapport entre l'individu et l'espace géographique est constitutif de son identité personnelle et de son identité sociale⁵¹.

L'élaboration d'une échelle de mesure de l'appartenance régionale (Charton-Vachet & Lombart, 2015) a mis en exergue quelques points saillants sur ce lien. Tout d'abord, les personnes enquêtées se réfèrent bien moins directement à des régions administratives qu'à des régions historiques (Normandie, Bretagne, Pays Basque), à des régions fonctionnelles organisées autour d'une métropole (région parisienne, région bordelaise, région paloise) ou à des lieux dits ; « *les contours des régions d'appartenance ne sont pas clairement définis* ». Ensuite, l'évocation d'un lieu renvoie à un parcours de socialisation, c'est-à-dire aux processus qui relèvent de la construction de soi, entre biographie et constructions de liens sociaux. L'appartenance régionale se dessine en référence à un exogroupe, en rapport duquel l'endogroupe reçoit des appréciations positives. Ce lien entre individu et territoire est donc le résultat d'enjeux affectifs et de processus cognitifs en même temps qu'il est multidimensionnel : physique, social et culturel. En dernier lieu, l'appartenance régionale est changeante et plurielle, dans tous les cas (re)construite⁵². En effet, loin d'être un phénomène statique, le lien individu/territoire implique d'adjoindre à la notion de territorialité celle de territorialisation et, partant, celles de déterritorialisation et reterritorialisation qui induisent une perspective plus dynamique.

1.4. Le territoire comme réseau ou les nouveaux référentiels de la territorialisation

Le territoire se définit fondamentalement autour de trois invariants : la limite, la centralité du lieu, la circulation. Traduits dans les termes du débat contemporain autour du processus de territorialisation qui fait davantage cas de la temporalité par rapport à la seule spatialité, ils deviennent limitation, centration et communication (Raffestin, 1997). La question du bornage, de la délimitation apparaît de manière massive avec l'invention de l'agriculture.

⁵¹ On ne saurait pour autant réduire la notion de territorialité à cette seule dimension de l'identité collective et individuelle en niant la question du pouvoir institué (Giraut, 2008).

⁵² Cf. à titre d'illustration le cas des deux territoires ruraux de la Chalosse et du Josbaig dont les structures territoriales du passé sont redynamisées (le carnaval) en même temps que de nouveaux éléments culturels (le rugby) assoient le sentiment d'appartenance territoriale (Di méo, Castaingts & Ducournau ; 1993).

Avec la Révolution française et le marquage progressif de régions administratives incarnant l'avènement de l'Etat-Nation, on passe des limites aux frontières : l'espace se transforme en territoire juridiquement « *normé, unifié, quadrillé* » (Faure, 2010). Le deuxième point concerne la structuration de l'espace autour de la ville comme point de centralité. Le troisième trait, privilégié à l'ère moderne, est celui du réseau voire des réseaux qui conduisent sinon à un effacement du moins à des reconfigurations incessantes des limites et des points de centralité.

Après qu'il ait existé une adéquation entre territoire, au sens politico-administratif, et territorialité, un constat partagé relativise l'existence d'un espace borné et défini une fois pour toute. Apparaissent dès lors les notions de territoire circulaire (Tarrus, 2000, cité par Arnault de Sartres & Gagnol, 2008), d'espaces mobiles (Retailé, 2005 ; Gagnol, 2011), où la continuité topographique n'est plus suffisante pour comprendre les réalités territoriales. Aussi loin d'être un espace homogène, le territoire est constitué d'une multitude de réseaux, réseaux professionnels, associatifs, institutionnels, réseaux contraints ou électifs dans lesquels s'insèrent les individus autant que les choses qui, à leur tour, les travaillent, les transforment, les réorganisent.

Un autre point de vue qui, à l'instar de Raffestin (1997), réintroduit la question du territoire dans une perspective historique permet de préciser encore la nature de cette société de réseaux. Elle apparaît, par similitude et comparaison, avec les formes qui l'ont précédée. En effet, pour Pourtier (2005), trois « âges de la territorialité » se succèdent comme autant de relations des groupes sociaux à l'espace. En premier lieu, ce rapport se caractérise par la fluidité : les premiers hommes, n'ayant pas conscience de la finitude du monde terrestre, arpentent les milieux à partir des ressources que ceux-ci procurent. Si certaines sociétés humaines vivent encore aujourd'hui dans ces espaces fluides, elles restent marginales et par ailleurs contraintes par les pratiques territoriales de la majorité de la population. Le deuxième âge, que l'on situe concomitamment à la modernité, est marqué par la géométrie et la mécanique. Si des traces de « géométrisation du monde » sont repérables dès l'Egypte pharaonique et dans les civilisations méditerranéennes, la généralisation de ces procédés s'opère dans la continuité du siècle des Lumières et la portée aux nues des principes géométriques, mécaniques et des démarches classificatoires.

La traduction politique de ce paradigme scientifique prend forme, à la Révolution Française⁵³, avec le découpage rationaliste du territoire national en infra territoires emboîtée et hiérarchisés, l'ensemble des départements, cantons, communes, arrondissements étant soumis et égaux devant la puissance publique représentée par l'Etat central. Le troisième âge enfin est celui de la métaphore biologique, celle de connexions multiples et d'interactions complexes entre des points se situant à l'intérieur mais aussi à l'extérieur d'un espace borné⁵⁴. Les limites devenues frontières avec la constitution des Etats-nations sont aujourd'hui transgressées : par le déploiement de liens transfrontaliers, par la logique transnationale de la mondialisation économique et des mouvements sociaux transnationaux par exemple.

Cette troisième forme s'exerce donc notamment à l'intérieur des frontières nationales par des processus de recompositions internes, faiblement délimitées ou en constante redéfinition, autour de ce qu'il convient de nommer des territoires de projets. En somme, « *l'ampleur prise par les flux et les réseaux dans un monde de mobilité et de communication démultipliées fait exploser les cadres rigides des territoires de la modernité* » (Pourtier, 2005). Toutefois, plus qu'une opposition, il s'agit d'un dépassement de la stricte coïncidence des territoires administrés et des territoires vécus. Ce phénomène ne constitue pas un retour à l'« *âge initial de la fluidité* » puisque ces nouvelles aspirations à la proximité et à l'affinité font davantage émerger des espaces, des zones de pratiques démocratiques, économiques, culturelles, etc. qui se superposent aux anciens cadres territoriaux sans les éradiquer⁵⁵. Aussi voit-on ressurgir des « *assemblages improbables d'identités variées associées dans leurs lieux à la nouvelle liberté (peut-être pas si nouvelle) offerte par la technique de l'information* » (Retaillé, 2005).

1.5. Le territoire comme système complexe

En définitive, le territoire est une notion qu'il n'est pas facile de mobiliser tant les considérations qui le concernent renvoient à une réalité complexe. Aussi, par souci d'opérationnalité, un choix relativement arbitraire doit être effectué.

⁵³ Notons que le modèle français, fortement centralisé, distinct de la logique libérale britannique et de l'organisation autour de villes éparses du modèle rhénan, a été largement imité à travers le monde, particulièrement du fait de la colonisation.

⁵⁴ Ce qui, pour Giraut (2008), contrevient à l'idée même de territoire, les réseaux se substituant à ce dernier.

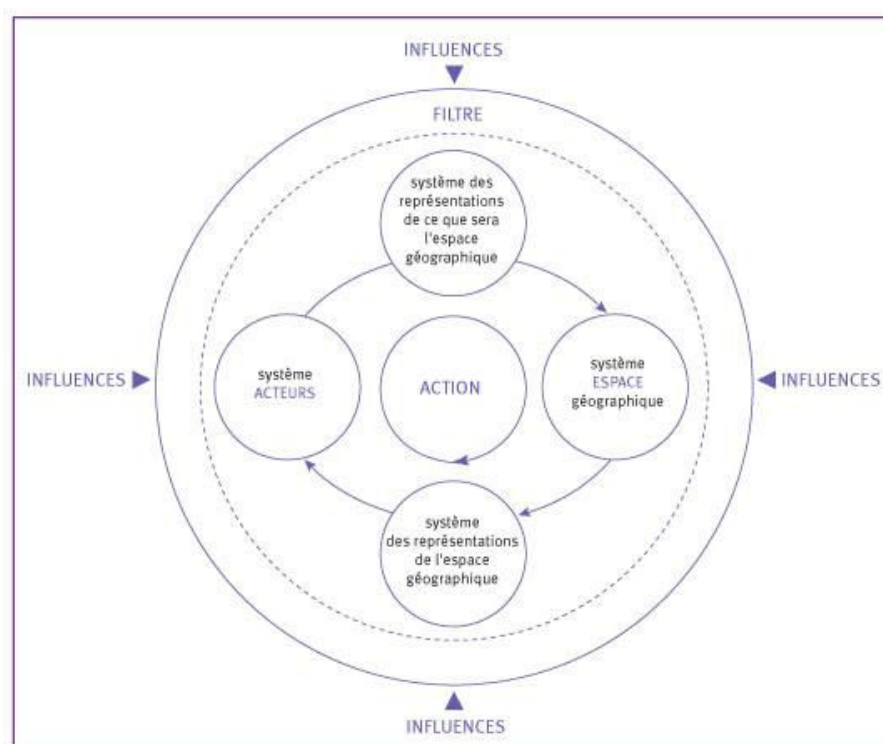
⁵⁵ La liberté de circulation des sociétés primitives étaient inversement corrélées à des organisations sociales communautaires rigides fondées sur une solidarité mécanique, c'est-à-dire sur la similitude des individus qui la composent. Aujourd'hui, le lien social est régulé par une solidarité de type organique, c'est-à-dire sur la différenciation et l'interdépendance des individus (Durkheim, 1967).

La définition proposée par Zardet et Noguera (2013) sera retenue. « *En gestion, la notion de territoire est un périmètre de vie, de production ou de consommation, représentant une certaine cohésion géographique, sociale, économique et culturelle. C'est un espace vécu par des acteurs individuels et collectifs, publics, privés et associatifs caractérisés par des statuts multiples et avec des enjeux variés et des rationalités différentes. Ces acteurs locaux, qu'ils soient élus locaux, acteurs privés, publics ou associatifs, envisagent de développer des coopérations multipartenaires et de créer des synergies visant à mettre en œuvre des projets de développement du territoire.* ». A ce premier niveau, relativement descriptif, il convient d'ajouter les propositions formulées par Moine (2006) qui insiste sur le caractère systémique du territoire.

Après avoir distingué trois éléments structurants : l'espace, les acteurs et les représentations comme autant de sous-systèmes, il propose de considérer leur dimension dynamique. Chacun d'entre eux et les uns avec les autres sont travaillés par de multiples relations et réactions qui, par effet de rétroaction, réorganisent sans cesse le système, le tout ne pouvant être réduit à l'addition des unités qui le composent. « *Ces trois sous-systèmes sont :*

- *l'espace géographique, approprié par l'homme, aménagé et au sein duquel apparaissent des organisations spatiales et de multiples interactions fondées sur les interrelations entre les sous-systèmes qui le composent (naturel, anthropisé, social et institutionnalisé) ;*
- *le système des représentations de l'espace géographique, ensemble de filtres (individuel, idéologique, sociétal) qui influence les acteurs dans leurs prises de décisions et les individus dans l'ensemble de leurs choix, selon deux temps : lors de l'observation de ce qu'est l'espace géographique ; lors de la projection de ce que sera l'espace géographique après le choix d'une action ;*
- *le système des acteurs qui agissent consciemment ou inconsciemment sur l'espace géographique, influencés par leurs filtres, et suivant leur position au sein de ce système. »*

Figure 8 : La boucle de rétroaction qui anime les territoires



Source : Moine, 2006

*

En somme, les territoires « fixés » par des limites fortes (les frontières des états) sont transcendés par les personnes dans le cadre de leurs territoires vécus. Aussi, est-il illusoire, dans une société contemporaine ouverte et dynamique, « *de vouloir faire coïncider des territoires administrés, fixés par obligation, et les territoires réels de la vie des gens, divers et mobiles par construction* » (Frémont, 2005). En revanche la double identité matérielle et symbolique du territoire est d'une autre espèce. Elle s'appuie sur les éléments concrets du milieu (climat, types de sols, etc.) et les savoir-faire localisés qui combinés entre eux produisent un terroir (autre déclinaison de la base latine de *terra*). La question se pose de l'articulation de ces deux niveaux pour produire sur ces espaces des dynamiques économiques localisées.

2. De la dimension économique à la dimension politique du territoire

Le territoire doit être appréhendé dans son aspect plus fonctionnel afin de saisir les éléments de contexte qui conduisent à sa réappropriation dans les discours et les pratiques politiques et économiques depuis les années 1980. Les démarches entrepreneuriales territorialisées résultent en effet de l'impulsion d'acteurs encadrés dans des processus institutionnalisés qui articulent logiques économique et politique.

2.1. Stratégie de localisation et retour du territoire dans l'analyse économique

Après que l'idée de territoire soit devenue quasi « obsolète » (Giraut, 2008), elle revient en force dans l'analyse économique (Benko & Pecqueur, 2001) d'abord de manière marginale dans les années 1970-1980 autour de l'étude des clusters et districts industriels (Pecqueur, 2007) puis avec plus de force dans les années 1990 avec la montée d'une économie de la qualité (Lagrange & Valceschini, 2007) tandis que des revendications pour une relocalisation de l'économie introduisent le XXI^e siècle. Le procès de la mondialisation économique autant que culturelle entre en effet dans un nouveau cycle : le ralentissement des échanges internationaux des biens et des services, le retour de mesures protectionnistes et la montée des accords bilatéraux de libre-échange après l'échec des négociations de Doha entamées en 2001 répondent en miroir au repli identitaire et à la montée des particularismes régionaux constatés un peu partout dans le monde. Dès lors, la prise en compte du territoire relativise les grands référents théoriques de « *l'allocation optimale des ressources* » de la vision néo-classique ou des « *logiques de valorisation* » dans l'optique marxiste (Marchanay & Morvan, 1979). Il apparaît plutôt comme un milieu doté de capacités productives potentielles qu'il s'agit d'activer. Aussi, considéré jusqu'à une période récente comme pourvoyeur anonyme de ressources matérielles, le territoire est de moins en moins perçu comme support neutre (Crevoisier, 2001).

Pecqueur et Zimmerman (2004) notent que le rapport entre l'entreprise et son territoire se modifie : la stratégie de localisation – choix de l'implantation comme résultant d'un calcul économique et rationnel – laisse place à une stratégie d'ancrage territorial ; stratégie qui induit la durabilité de l'activité économique sur une zone déterminée. La logique productive qui repose sur les dispositions entrepreneuriales ou organisationnelles de l'entreprise en création ou en développement à ré-agencer des ressources et produire de nouvelles compétences se détache de la logique allocative ou marchande qui mobilise des ressources disponibles par des relations de marché (Boissin, 1999). On assisterait ainsi à l'« *émergence d'une économie néo-ricardienne qui s'appuierait non pas sur une logique de dotation de facteurs, mais sur celle de création de ressources, engageant les territoires dans une stratégie d'attractivité à l'égard de grands flux d'investissements productifs transnationaux* » (Zimmerman, 2005). Le territoire constitue une ressource propre, une ressource tant matérielle que culturelle, qui relève davantage d'un construit collectif que d'un donné (Colletis, Pecqueur, 1993) : la fabrique de la spécificité territoriale est le principal facteur de différenciation des espaces et dépend de l'activation d'actifs et de ressources spécifiques.

2.2. Proximités territoriales, organisations et individus

Traditionnellement étudiés du point de vue de l'offre, les Systèmes Productifs Locaux (SPL) se caractérisent par des coopérations souvent issues de pratiques anciennes entre différentes institutions et acteurs sur les territoires (Benko & Lipietz, 2006; Bréchet & Saives, 2011). La collaboration de plusieurs entreprises appartenant le plus souvent au même secteur permet un positionnement stratégique sur la production de biens et de services spécifiques. Mais, le déplacement de la focale d'une position macro-analytique, qui a largement occupé le champ des recherches, vers l'entreprise ou l'entrepreneur et ses préférences, contribue à substituer à la notion de SPL, celle d'ancrage territorial, relativisant du même coup la place prépondérante de la stratégie de la localisation d'une activité et insistant sur la question de la construction de la ressources et des réseaux. La littérature autour de l'ancrage territorial ne renvoie pas pour autant à une « *solution individuelle qu'un acteur trouve localement pour résoudre un problème de gestion mais le fruit de complémentarités pensées pour amener une solution originale, collective, à des problèmes individuels* » (Bousquet, 2014, p.68). Il s'agit donc d'affirmer le caractère en partie fortuit et surtout dynamique de l'action entrepreneuriale en lien avec les territoires. En fin de compte, l'ancrage territorial est défini comme « *un processus et un résultat d'interactions entre entreprise et territoire, fondé sur la création collective de ressources communes, spécifiques et localisées, permettant une longue période de sédentarité d'une entreprise* » (Bousquet, 2014, p.79).

Ces configurations caractérisées par la localisation d'entités productives dans un espace relativement circonscrit recèlent les conditions d'une double proximité géographique et organisée (Rallet & Torre, 2004 ; Boubaa-Olga & Grosseti, 2008). Cette école des proximités, née officiellement en 1993 de la rencontre des travaux issus de l'économie industrielle et de l'économie régionale, propose une grille d'analyse depuis utilisée à de nombreuses reprises dans des numéros spéciaux parmi lesquels *La revue de Sciences de gestion* n° 213/ 2011. Elle répond à la question de la coordination des acteurs par la distinction de deux grands types de proximités qui lieraient individus et organisations⁵⁶. Ces travaux ont permis de relativiser l'idée selon laquelle la localisation d'entités sur une aire donnée suffisait à elle seule à créer un effet d'entraînement sur les SPL.

⁵⁶ D'un côté, la proximité géographique s'apparente à la distance géographique (relative) séparant deux entités. De l'autre, les proximités organisées renvoient à « *la capacité qu'offre une organisation de faire interagir ses membres* » (Rallet et Torre, 2004) du fait de l'existence d'une logique d'appartenance facilitant les interactions entre individus au sein de l'organisation, et d'une logique de similitude reposant sur le partage de systèmes de croyances par ces individus.

Au contraire, les recherches menées montrent que les relations de proximité géographique sont activées, rendues fonctionnelles, par l'existence de proximités organisées entre les acteurs économiques situés à l'échelle d'un territoire. Aussi ne suffit-il pas d'appartenir au même territoire pour agir conjointement. En outre, d'autres dimensions ont été ajoutées au fil du temps qui complexifient le premier courant fondé sur une vision cognitive de la proximité. Un second courant, institutionnaliste⁵⁷, propose une lecture politique relativisant parfois la rationalité économique des décisions pour faire apparaître des aspects relevant de rapports de force ou diplomatique dans le choix de l'implantation territoriale d'entreprises ou de filiales d'une firme (Talbot, 2010). Les nombreuses enquêtes conduites dans le cadre de l'économie des proximités, grille de lecture enrichie au fil du temps par les différents apports et controverses concernant ses composantes (géographiques, sociales, institutionnelles, etc.), ont porté principalement sur le versant de la production mais quelques recherches en marketing ont aussi tenté de cerner ces enjeux côté consommateurs (cf. Chapitre 3, section 2).

2.3. La problématique dominante de la compétitivité

Les SPL, fondés sur des coopérations et des solidarités locales, créatrices de réseaux formels et informels, réduisant les incertitudes et favorisant la diffusion des innovations (Bréchet & Saives, 2011), sont engagés dans des logiques de compétitivité et de recherche de débouchés sur les marchés internationaux. « Le local apparaît de moins en moins voué à servir le local, mais à entrer dans des horizons de marché élargis ou, tout au moins, à subir la concurrence, sur le marché local, d'une offre extérieure » (Zimmerman, 2005). Les territoires deviennent l'objet d'un enjeu d'attractivité tant du côté des décideurs publics qui cherchent à attirer des investisseurs que du côté des acteurs économiques qui souhaitent créer de la valeur nouvelle en s'appuyant sur l'image de ces derniers. Les représentations dominantes en matière de développement économique local sont alors fondées sur l'idée que les projets entrepreneuriaux à base territoriale doivent, dans un contexte concurrentiel évolutif d'accès aux ressources et aux débouchés, conquérir ou créer de nouveaux marchés. Grâce à leur capacité stratégique et opérationnelle, les firmes doivent faire valoir les singularités locales comme argument de compétitivité.

⁵⁷ Le premier pouvant être qualifié de « connexionniste » ou « interactionniste ».

Pourtant, les raisonnements économiques axés sur une offre compétitive, par ailleurs au cœur des recherches en entrepreneuriat, ne peuvent couvrir l'ensemble des facteurs générant des effets vertueux en termes de revenus et d'emplois sur un territoire.

Les activités productives, s'appuient en effet en partie sur une croissance endogène, portée sur un mix de revenus, productifs et résidentiels, lui-même lié à un échange intra-territorial entre zones urbaines et zones rurales. Loin de s'opposer les deux formes de circuits coexistent, l'un orienté vers les activités productives en prise avec les marchés mondiaux, l'autre vers la demande locale irriguée par les revenus de l'économie résidentielle. De nouveaux projets entendent considérer le territoire comme base productive en favorisant la consommation locale rompant avec la logique économique exportatrice de leur secteur : l'agriculture et la pêche, l'agroalimentaire ou encore l'énergie. Le point de vue privilégié dans l'analyse des dynamiques économiques territorialisées axé sur les systèmes d'offre occulte une dimension essentielle, l'effet multiplicateur des revenus captés hors de l'économie productive.

Des hypothèses récentes relativisent en effet le caractère déterminant de l'économie exportatrice à haute valeur ajoutée dans la bonne santé des territoires : « *la compétitivité qui constitue l'enjeu principal de la littérature sur le développement territorial (avec la question de l'exclusion et des inégalités) ne pèse que 20% des bases territoriales* » (Davezies & Talandier, 2014). Pour comprendre ce raisonnement, il faut emprunter les voies de la Nouvelle Géographie Economique (ou Nouvelle Economie Géographique) qui dans les années 1980-1990 fournit un nouveau point de vue quant aux déterminants de la dynamique économique des territoires. A partir de deux questions majeures ; « *les raisons qui poussent l'activité économique à se concentrer dans un nombre limité de régions et/ou de villes* » et, en complément, « *les raisons qui poussent certaines activités économiques particulières (...) à se concentrer dans certains lieux* » (Walther, 2008), Krugman (1991), prix Nobel 2008, opère un renversement de perspective en passant d'une logique de l'offre à une logique de la demande. La centralité de la référence au Produit Intérieur Brut laisse place à une réflexion fondée sur les Revenus Disponibles Bruts plus à même d'expliquer les différences de développement entre différentes aires géographiques.

2.4. Le développement économique local : de la logique de l'offre à celle de la demande

L'approche par les revenus propose de considérer le territoire à partir des flux de revenus générés. Elle montre que, parmi les territoires attractifs, les activités productives dont les biens et services sont vendus à l'extérieur du territoire représentent une portion faible de l'ensemble des revenus (Davezies & Talandier, 2014). Plus qu'une économie productive qui tirerait l'ensemble du système, ces recherches ont mis à jour l'existence d'une base économique qui se décompose en quatre types de revenus :

- une base productive marchande qui correspond à l'ensemble des salaires et du capital local issus des ventes de biens et de services à l'extérieur ;
- une base publique qui comprend l'ensemble des salaires des employés du secteur public ;
- une base résidentielle qui rassemble les revenus des retraités, ceux des touristes ou encore ceux des salariés « navetteurs » ;
- une base médico-sociale enfin qui renvoie aux revenus générés par des services rémunérés grâce aux prestations sociales et médicales.

La somme de ces revenus, dont les trois derniers types façonnent l'économie résidentielle tandis que le premier type représente l'économie productive, constitue la base économique totale ; base économique qu'il faut considérer dans une approche dynamique. En effet, dans des territoires considérés de plus en plus comme lieux de passage, au service d'une population en transit selon des périodes de la vie (étude, vie familiale, vacances, retraite), l'économie résidentielle renvoie aux flux monétaires qui traversent les territoires et ne doit pas être confondue avec le revenu total des ménages installés.

Si les revenus issus de l'économie dite productive, tournée vers l'innovation et l'exportation, sont davantage concentrés dans les métropoles, ils sont mixés dans les zones périphériques à ceux de l'économie résidentielle, des transferts sociaux ou encore ceux de la sphère publique (Courlet & Pecqueur, 2013). Les mécanismes de circulation monétaire qui sont dus aux salariés « navetteurs », à la redistribution via l'Etat et les organismes de Sécurité Sociale mais surtout aux déplacements des retraités et des touristes renversent la perspective d'un développement des territoires nécessairement adossés à une économie productive et compétitive. Bien au contraire, on observe, en France, une attractivité forte des territoires résidentiels à l'Ouest et au Sud du pays au détriment des régions les plus productives, au Nord et à l'Est, directement en prise et soumise aux fluctuations de l'économie mondiale (Davezies & Talandier, 2014).

2.5. Décentralisation des processus de décisions au niveau des territoires infranationaux

Ce repositionnement de la place du territoire dans les analyses économiques fait écho à un mouvement analogue dans l'étude des politiques publiques notamment en matière d'intervention économique et de leur territorialisation. Les dynamiques entrepreneuriales territorialisées, par le fait qu'elles soient multi-acteurs et trans-organisationnelles, s'appuient autant qu'elles modifient les orientations politiques en matière de développement socio-économique. En ce sens, l'entrepreneuriat territorial rejoint les préoccupations du développement territorial. Aussi, évoquer l'empreinte des politiques publiques de soutien à l'activité économique revient à souligner l'émergence d'un référentiel qui, depuis une trentaine d'années, s'appuie sur les territoires et leurs capacités propres. La mise en œuvre d'un cadre favorable au déploiement d'initiatives à fort ancrage territorial renvoie à l'existence de mobilisations sociales qui, du droit des populations à s'autogérer aux actions en faveur de la protection de l'environnement en passant par la sauvegarde des savoir-faire locaux et des produits typiques, poursuivent des objectifs différenciés en faveur d'activités économiques locales et durables ; la notion de durabilité pouvant receler comme précisé plus haut plusieurs acceptions, parfois antagonistes (cf. Chapitre 2, section 2).

Dans la seconde partie du XX^e, les mouvements en faveur du développement local en rupture avec les logiques interventionnistes de l'Etat centralisé ont conduit progressivement à une territorialisation de l'action publique. Avec la succession des lois de décentralisation à partir du début des années 1980, les collectivités territoriales obtiennent de nouvelles prérogatives, notamment la possibilité d'intervenir dans le domaine économique au travers de diverses compétences attribuées aux différents échelons territoriaux (Merlin, 2005). D'un point de vue fonctionnel, « *le territoire renvoie à une portion d'espace dotée de frontières et dominée par un pouvoir dont les compétences dépendent de l'échelle à laquelle pouvoir et territoire sont définis : ainsi, en France, l'État partage-t-il ses compétences avec différents niveaux scalaires situés au-dessus (Union européenne, Nations unies, etc.) ou en dessous de lui (régions, départements, communes, etc.). À chaque niveau scalaire correspond un territoire sur lequel un acteur institutionnalisé exerce certaines compétences qu'il partage avec d'autres acteurs situés à d'autres niveaux scalaires* » (Arnault de Sartres & Gagnol, 2012).

Ainsi de nombreux problèmes publics, transversaux, en particulier dans le domaine économique, sont appropriés par plusieurs strates des pouvoirs publics, collectivités territoriales et services déconcentrés de l'Etat selon leurs missions.

Outre ce premier niveau de complexité, les politiques publiques qui ont vocation à harmoniser les intérêts divergents dans les sociétés contemporaines entre divers groupes sociaux relèvent de logiques sectorielles. Ces dernières, professionnelles dans la plupart des cas, décrètent des objectifs propres qui peuvent venir s'affronter à d'autres : « *produits de la division du travail, les différents ensembles sectoriels sont à la fois dépendants les uns des autres et antagonistes pour l'obtention de ressources rares* » (Muller, 2014, p.7). Loin de constituer un ensemble cohérent de décisions et de pratiques, ce système de régulation propre aux sociétés modernes génère des séries d'ajustement, les politiques publiques d'un secteur particulier succédant à celles d'un autre afin d'en corriger les défaillances voire les conséquences néfastes. Le mouvement de délégation des compétences économiques au niveau des Régions et des Etablissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI), au travers de l'aménagement du territoire modifie progressivement les référentiels de l'action publique. La gestion sectorielle, si elle ne disparaît pas, doit faire place et s'accorder avec de nouveaux enjeux liés à la spatialisation des problèmes économiques.

2.6. Le territoire, nouveau point de détermination des enjeux sociétaux ?

Ainsi le territoire apparaît comme « *espace de politiques publiques légitimes, non seulement pour réduire ces inégalités, mais aussi un espace cohérent de définition des enjeux et de résolution politique des défis écologique et social, qu'on songe aux expérimentations de circuits courts alimentaires, de finance solidaire, de recyclage des déchets* » (Jany-Catrice, 2016). Le développement d'initiatives sur et pour les territoires ne doit pas être appréhendé par le seul prisme économique mais comme relevant concomitamment d'une vision sociétale plus globale engageant notamment le champ du politique. Par exemple, les revendications pour une relocalisation de l'agriculture, au sens d'un rapprochement des bassins de production et de consommation, peuvent être pensées comme une réappropriation de la souveraineté politique par le moyen de la souveraineté économique d'un territoire (Itçaina & Gomez, 2014). Aussi, au lieu de considérer les politiques publiques comme relevant d'un principe ascendant, il est de plus en plus courant de rendre compte de leur construction.

Depuis les années 1980, un courant particulier, les analyses cognitives des politiques publiques, tend à repositionner les acteurs au centre du processus de fabrication des cadres d'interprétation et de l'action publique (Muller, 2002, 2011).

Les recherches en sciences politiques, qui font le plus souvent référence aux limites administratives, aux constructions institutionnelles et aux fonctions de gestion soit au territoire prescrit, convergent vers l'idée que le territoire apparaît de plus en plus central : « plus que l'appareil d'Etat, [il] constitue désormais le lieu de définition des politiques publiques » (Duran & Thoenig, 1996). Le modèle de régulation croisée laisse place à une institutionnalisation de l'action collective. Le premier, caractéristique des années 1950-1960, fondé sur le rôle actif de l'Etat selon une logique de production d'action publique par planification et programmation cède le pas, à partir des années 1970, à une logique de construction à partir des territoires. Ce mouvement de territorialisation de l'action collective qui se développe à partir des années 1990 et avec plus de force encore aujourd'hui (Faure, 2010) est toutefois nuancé par l'empreinte durable du compromis existant entre les élites locales et les représentants de l'Etat. La relative autonomie dont bénéficient les échelons régionaux, départementaux et infra-départementaux contribue au maintien de l'Etat au niveau local. Le territoire est dès lors en partie instrumentalisé par l'Etat pour l'application de mesures décrétées d'« en haut ». Dans le même temps, ce mouvement participe d'une reconnaissance des spécificités locales (Denieuil, 2008) dans la continuité des revendications pour un développement local.

La percée sensible de travaux pluridisciplinaires autour notamment de la question de la gouvernance ou des dynamiques sociales « par le bas » – dont les démarches entrepreneuriales peuvent constituer un cas pratique (Reix, 2008) – engage à davantage considérer la singularité des mobilisations territoriales et la pluralité des acteurs participant à l'élaboration d'un projet territorialisé. Ces transformations lentes mais néanmoins profondes s'articulent autour de deux questions majeures : celle du développement local, d'une part, et de la gouvernance, d'autre part, la seconde s'inscrivant dans la suite logique de la première.

2.7. Du développement local à la gouvernance

Les revendications pour un développement local prennent leurs origines au début des années 1960, dans le sillage des revendications autour du slogan « Vivre et travailler au Pays ».

Il s'agit d'abord de prendre acte de la marginalisation de certains territoires ruraux et des conséquences de l'exode rural. L'idée fondamentale réside dans le fait que le développement, économique notamment, peut être généré par des micro-initiatives dont les acteurs locaux seraient les principaux promoteurs. Prenant appui sur les structures de l'animation rurale dépendantes de l'organisation étatique hiérarchisée et centralisée, l'histoire du développement local à la française se distingue fondamentalement de celui du développement communautaire anglo-saxon. Ce dernier, d'obédience protestante à distance des pouvoirs politico-administratifs, axé sur l'aide au plus déshérités, s'appuie sur la participation des habitants (Denieuil, 2008). A compter des années 1970, les mouvements en faveur du développement local sont marqués par deux nouveaux apports. Le premier, qui prend corps dans l'idéologie Tiers-mondiste, revendique le droit des populations à s'organiser à partir des ressources de leur milieu. Le deuxième, issu de l'éco-développement, introduit la notion d'environnement, naturel et social, pour promouvoir un développement endogène. Ces présupposés font écho aux mouvements régionalistes qui, à la même période, revendiquent le droit à la différence.

Aussi, à compter des années 2000, la Commission européenne reprend-t-elle à son compte prend en compte ce nouveau paradigme : *« une initiative locale est définie comme un projet concret, local, économiquement viable, conçu pour fournir des services individuels ou collectifs d'une manière innovatrice. Elle peut prendre différentes formes juridiques, son financement, initial étant généralement assuré par un partenariat local associant secteurs privé et public. Les initiatives locales permettent l'acquisition de nouvelles qualifications, d'emplois durables, la mise en place de nouvelles organisations du travail et de nouvelles méthodes pour combattre l'exclusion sociale. Elles sont souvent liées à une stratégie intégrée, pour l'amélioration du potentiel endogène, c'est-à-dire une bonne analyse de la demande future et de l'offre actuelle, une évaluation des ressources locales et des soutiens financiers disponibles »* (Fraisie & al., 2000 cité par Gardin, 2006). On assiste alors à la territorialisation des politiques publiques. Le développement territorial *« comme mobilisation combinée de l'initiative nationale et de l'action locale »* succède au développement local *« comme mobilisation spontanée des acteurs locaux »* (Denieuil, 2008).

La notion de gouvernance, apparue au tournant des années 2000, parachève ce mouvement. Entendue comme *« le gouvernement proprement dit, mais aussi la contribution d'autres acteurs pour autant qu'ils jouent un rôle dans les orientations de politiques stratégiques et les options de politiques publiques »* (Le Gallès, 2003), elle constitue un outil de mise en œuvre des politiques de développement.

Les pouvoirs publics se sont saisis des mouvements de décentralisation pour suivre les revendications d'un développement à base locale. Dans la mesure où elle relève d'une « *coordination institutionnalisée entre pouvoirs publics et acteurs privés* » (Dumain & Maurines, 2012), elle interroge sur la capacité des seconds à mobiliser à leur avantage les ressources territoriales en jouant un rôle prépondérant auprès des acteurs politiques locaux. La dimension territoriale de l'entrepreneuriat rappelle, à l'instar du développement territorial, que la forme qu'il prend dépend de la manière dont acteurs publics et privés locaux se saisissent de cet enjeu.

*

Le territoire devient le nouveau point d'ancrage à la fois dans le processus démocratique et de prise de décision Du développement local à la gouvernance, Le territoire, nouveau point de détermination des enjeux sociétaux ?, Décentralisation des processus de décisions au niveau des territoires infranationaux, Le développement économique local : de la logique de l'offre à celle de la demande, La problématique dominante de la compétitivité Stratégie de localisation et retour du territoire dans l'analyse économique, Proximités territoriales, organisations et individus

Conclusion : Le territoire au cœur de la dynamique entrepreneuriale

*

En conclusion, l'affrontement entre les tenants d'une conception rigide des territoires administrés et ceux qui ont proclamé, un peu tôt peut-être, la fin des territoires au milieu des années 1990, n'a plus cours. On assiste en effet à une coexistence voire une superposition de strates qui obéissent tantôt à des prescriptions publiques tantôt à des logiques privées, économiques et sociales, elles-aussi de natures très diverses. Aussi est-il nécessaire de penser les démarches territoriales à la jonction de ces différentes situations, entre territoires de réseaux, flous, mouvants, en recompositions permanentes et territoires administratifs, aux périmètres déterminés et en charge de la mise en œuvre de politiques publiques dans le domaine économique à différents niveaux scalaires. Au-delà de la considération géographique, le territoire est considéré comme un construit sociopolitique et économique (Saives, Desmarteau & Kerzazi, 2011).

L'ancrage territorial est considéré dans la majorité des cas d'études comme résultant de la politique de RSE ou comme une décision stratégique de l'entreprise en rapport notamment avec la valorisation de ressources spécifiques. Dans un cas comme dans l'autre, le rôle de l'entrepreneur est ravalé au second plan quand il n'est pas tout simplement inexistant. Mais, de plus en plus souvent, la question des préférences personnelles de l'entrepreneur, qu'elles soient de nature économique mais aussi et surtout sociale, familiale, etc. entrent dans les analyses afin de comprendre les ressort de cet ancrage (Bousquet, Verstraete & Barbat, 2016).

La notion d'ancrage territorial succède à un premier mouvement de détermination d'un cadre conceptuel dans les années 1990, années pendant lesquelles se déploient deux mouvements simultanés. La mondialisation prend un essor sans précédent tandis que les spécificités territoriales s'exacerbent. Désormais, à côté d'une logique économique fondée sur des actifs génériques, se développe une logique de spécification – et non de spécialisation, terme qui pourrait introduire l'idée inverse de standardisation de la production comme ce fut le cas pour certains signes officiels de qualité (Charlier, 2003) – en vue de générer une nouvelle valeur ajoutée. Toutefois, depuis peu, un nouveau phénomène apparaît, certes encore minoritaire mais occupant largement et profondément le débat public et plus largement sociétal : il s'agit d'activités relocalisées co-produites par des institutions publiques et des particuliers en qualité d'usagers. De nouvelles enseignes qui gagent leur stratégie commerciale et leur communication sur la double contrainte d'une production la plus locale possible et d'un marché qui soit lui aussi localement situé. Ce mouvement a pris un essor considérable dans le domaine de l'agroalimentaire (cf. section suivante) mais se diffuse désormais dans d'autres secteurs où les demandes et les tentatives de relocalisation voient le jour. Certaines activités économiques ont en effet la particularité de posséder potentiellement un fort ancrage territorial : l'agriculture mais aussi l'énergie, le textile, le bois, etc. La multiplication de ces initiatives remet partiellement en cause, d'une part, la stratégie des entreprises fondée sur la réduction des coûts de production et la maximisation des profits et, d'autre part, la théorie de l'utilité marginale du consommateur. On voit apparaître une forme de solidarité économique entre agents du circuit.

L'émergence d'une action pratique ou d'une réflexion sur la notion de création de valeur, accolée désormais à la dimension territoriale renvoie à la réflexion de K. Polanyi (1983) sur l'économie substantive. Cette dernière doit être distinguée de l'économie formelle qui repose sur les axiomes de la théorie classique, à savoir que toute action humaine est fondée sur un mobile primordial, l'appât du gain, et un fait naturel, le principe de « rareté ».

Les individus, pour satisfaire leurs besoins doivent choisir parmi une quantité de biens par essence limitée. Le concept d'économie substantive, construit à partir des résultats de l'anthropologie rappelle que toute société se constitue autour d'un rapport à l'économique en tant que ce domaine représente la capacité de survie de la communauté.

Le territoire, réalité "bifaciale", « *produit d'une écogénèse par laquelle sont mobilisées dans un système symbolique et informationnel des ressources matérielles* » (Raffestin, 1995) apparaît donc comme un élément central dans la définition de notre objet. Il sert en effet de catalyseur au déclenchement de dynamiques territoriales au sens où il opère comme cause mobilisatrice de plusieurs acteurs, privés et/ou publics, autour d'un projet économique ou socio-économique ancré sur un lieu partagé. Un secteur en particulier a pris son essor : depuis les années 1990 et plus encore dans le cours de la décennie 2000, l'émergence des Systèmes Agroalimentaires Localisées et les Circuits Courts et de Proximité Alimentaires illustrent ce phénomène de reterritorialisation de la chaîne de transformation et de consommation alimentaire.

Section 2 – Le cas archétypal des circuits alimentaires de proximité : un phénomène à la fois ancien et original

Les circuits alimentaires de proximité, modes de distribution encore courants dans le monde rural en ce début de XXI^e siècle, ont fait l'objet d'attention dans les sphères politiques et académiques à partir du moment où ils sont réapparus dans le monde urbain et périurbain, tantôt à l'initiative des producteurs, tantôt des consommateurs (Pilleboue & Pouzenc, 2007). S'ils accusaient une baisse tendancielle depuis des décennies au profit des circuits longs caractérisés par un éloignement toujours plus important entre producteurs et consommateurs (Aubry & Chiffolleau, 2009), ils retrouveraient en 2010 leur niveau de 1990 en termes de part des ventes dans la production globale⁵⁸. Face à une économie agricole mondialisée caractérisée par une dimension « *d'abstraction-financiarisation et de phénomènes de disqualification-précarisation* » (Purseigle & Chouquer, 2013), des manifestations analogues bien que culturellement distinctes sont apparues progressivement à partir des années 1970 (Dumain & Maurines, 2012), en divers endroits du monde, et particulièrement dans les pays industrialisés⁵⁹. Réactions défensives dans un contexte inédit ou dynamiques innovantes conjuguant coopération et territorialisation (Fourcade, 2008), ces processus n'ont cessé de s'amplifier, auto-renforcés par des politiques publiques de soutien, par la multiplication de manifestations et d'événements promouvant les circuits courts alimentaires et par le financement de recherches-action cherchant à mieux les comprendre.

Les recherches anglo-saxonnes, initiées par des géographes, ont fait l'objet de deux revues exhaustives de la littérature. Les *Alternative Food Networks* (Venn, Kneafsey, Holloway, Cox, Dowler & Tuomainen, 2006) ou *Systèmes Agroalimentaires Alternatifs* (Deverre & Lamine, 2010) recensent les travaux sur la vente directe, les structures d'approvisionnement et de distribution sur les territoires, les associations de producteurs et consommateurs, les labels et signes de qualité et systèmes d'autoproduction, l'ensemble de ces initiatives révélant l'émergence d'un nouveau paradigme alimentaire.

⁵⁸ Le Recensement Agricole ne prenait en compte jusqu'en 2010 que la vente directe, c'est-à-dire la remise directe du produit du producteur au consommateur final. Même en ne prenant en compte que cette partie des circuits courts, leur proportion aurait augmenté entre 2000 et 2010.

⁵⁹ Cf. par exemple Kirwan (2004) sur le retour des marchés de plein vent en Angleterre, Maréchal (2008) sur les Teikei au Japon et les AMAP en France ou encore les nombreuses études sur les systèmes productifs localisés (numéros spéciaux d'Economie Rurale : n°301, 2007 ; n°322, 2011)

Plus conventionnel, l'angle de vue des premiers travaux francophones, en économie rurale, se situent davantage dans la perspective des Systèmes de Production Localisés et des processus de qualification des produits (Muchnik, Sanz Cañada & Torres Salcido, 2008).

Nous avons fait le choix de ne pas considérer les innombrables travaux sur les systèmes de productions agroalimentaires localisées dont les formes, multiples, peuvent dépasser les enjeux des circuits courts, tant sur le plan de leur ancrage spatial, dans la mesure où ils se déroulent sur des aires géographiques étendues, que relationnel, au sens où ces configurations induisent un très grand nombre d'acteurs intermédiaires dans le circuit de distribution. D'autre part, nous avons également écarté les études sur les signes d'identification de la qualité et de l'origine qui, si elles apportent des éléments de compréhension indéniables, se focalisent (presque) toujours sur la partie productive, sans s'intéresser à la partie aval, à savoir les consommateurs du territoire.

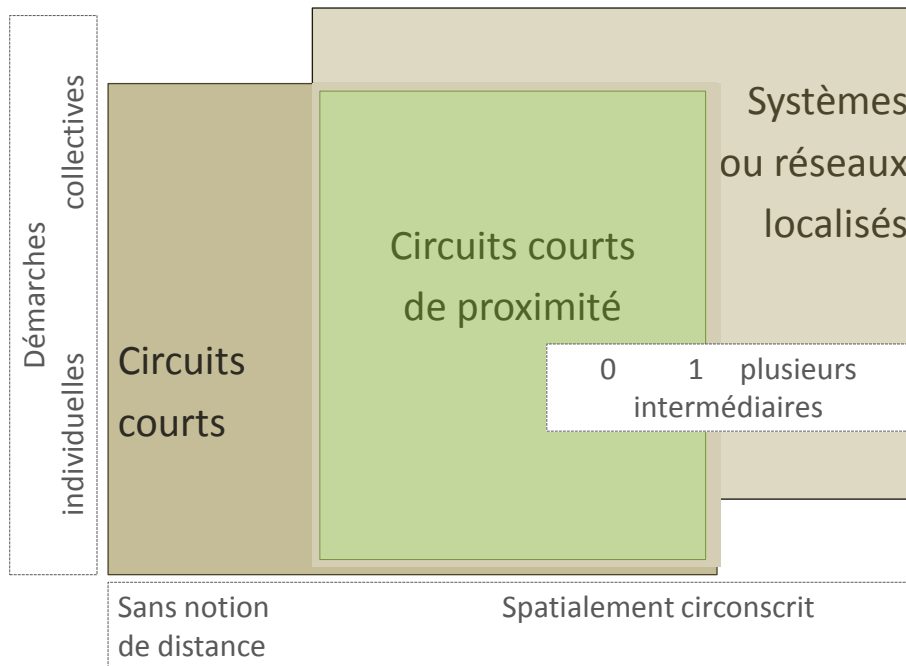
1. Les circuits courts de proximité : du fait social à l'objet d'étude

Après avoir rappelé les contours d'un phénomène sinon massif très médiatisé et publicisé, il s'agit de décrire la généalogie d'un objet pluridisciplinaire auxquels s'articulent quelques problématiques phares.

1.1. Définition formelle des circuits de proximité alimentaire

Une définition *a minima* fait l'objet d'un consensus : depuis une vingtaine d'années des initiatives conçues comme des tentatives de rapprochement des producteurs et des consommateurs émergent dans le monde agricole (Dénechère, Durand & Maréchal, 2008 ; Chevallier, Dellier, Plumecocq & Richard, 2014). Cette proximité recouvre deux acceptions distinctes quoique liées : l'une relationnelle, l'autre géographique. Dans le premier cas, il s'agit de réduire le nombre d'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs tandis que dans le second, il est question de raccourcir les distances entre les zones de production et de consommation. Un circuit court de proximité se trouve donc à la jonction de ce qui a été communément défini sous l'expression « circuits courts » et de la notion de « systèmes ou réseaux agroalimentaires localisés ».

Figure 9 : Représentation schématique des circuits courts et de proximité



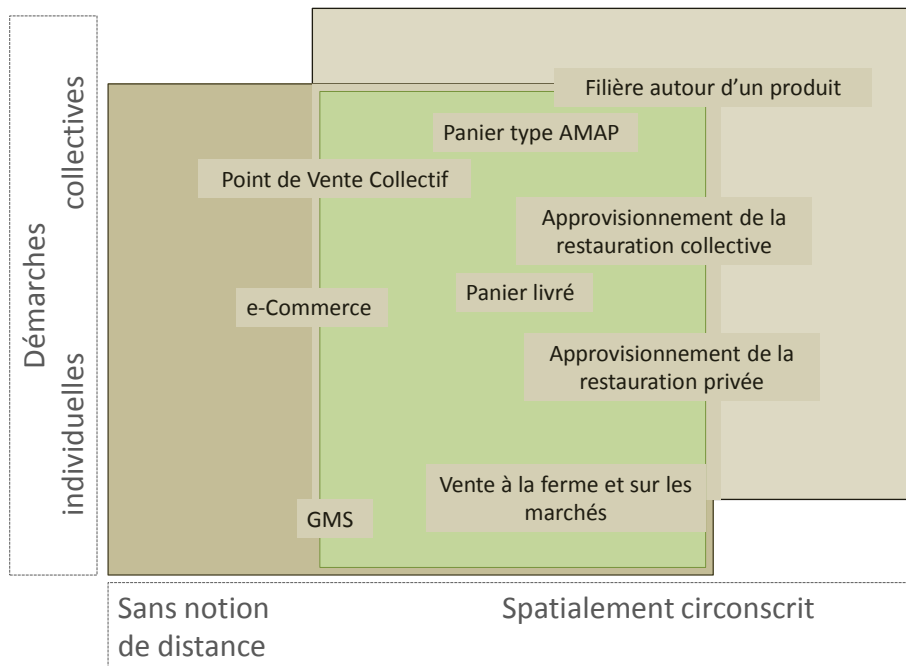
D'un point de vue formel, on trouve, à côté des circuits courts anciens, sans intermédiaire (vente à la ferme, marchés, foires) ou avec (vente à des commerçants détaillants, etc.), d'autres modalités, qualifiées de circuits courts récents, innovants (AMAP⁶⁰, PVC⁶¹, e-Commerce, etc.). Au-delà du lien dual producteur-consommateur, les systèmes alimentaires locaux, qui réfèrent à des organisations territorialisées plus complexes, prennent la forme de magasins de producteurs, de services de livraisons de paniers, d'ateliers collectifs de transformation (Mondy & Terrieux, 2010), de marchés à destination des habitants et des touristes (Delfosse, 2011), de filières autour d'un produit spécifique mais aussi de groupements d'achat (Aubrée, 2008), de plateformes physiques ou virtuelles, etc. Ces modalités de production, transformation, commercialisation, qui résultent de coordinations marchandes classiques ou juridiquement instituées (Société Coopérative d'Intérêt Collectif, association), peuvent être à l'initiative des agriculteurs, mais aussi de consommateurs individuels et/ou professionnels ou d'institutions publiques locales⁶².

⁶⁰ Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne

⁶¹ Point de vente Collectif

⁶² Des communes, des Pays, des Conseils Généraux / Départementaux ou des Conseils Régionaux

Figure 10 : Exemples de circuits de proximité



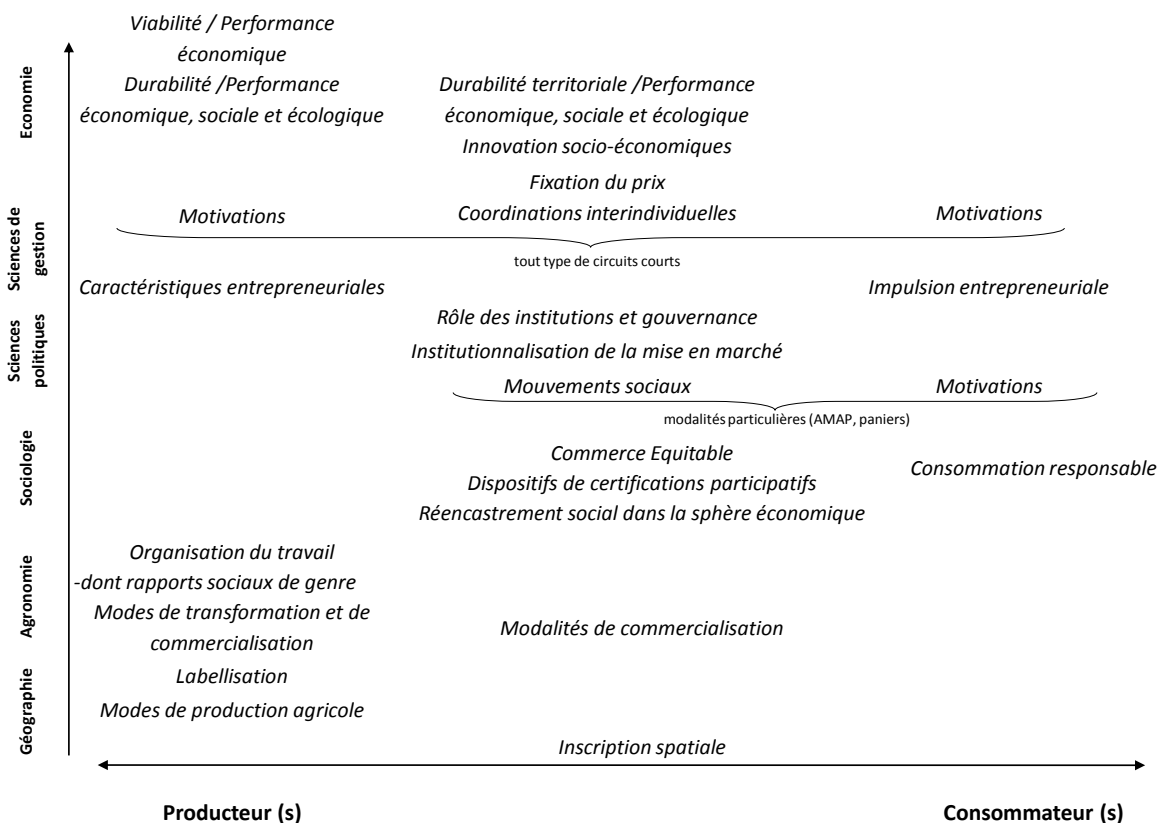
En somme en dépit d'un principe fondateur commun axé sur la double proximité, ce phénomène recouvre des réalités diversifiées : diversité de modalités, de motivations des acteurs, des relations qui s'y nouent mais aussi de nature des produits échangés.

1.2. Analyse d'un objet transdisciplinaire aux contours flous : recensement des disciplines et des thèmes

En forme de bilan sur les recherches anglo-saxonnes, Venn, Kneafsey, Holloway, Cox, Dowler & Tuomainen (2006) critiquent une prolifération de recherches dont les méthodologies trop disparates ne permettent pas toujours de produire des conclusions congruentes. Les contours de l'objet étant redéfinis au gré des contextes et des problématiques privilégiées par les chercheurs, non exempts quelquefois d'une certaine forme de militantisme (Deverre & Lamine, 2010), il peut parfois être difficile de comparer des résultats du fait de terrains d'enquête trop spécifiques. Une critique analogue peut être adressée aux études francophones, à la différence notable que les phénomènes décrits ne sont plus exclusivement considérés comme alternatifs mais comme hybrides, à la fois dans et hors du marché (Dubuisson-Quellier & Le Velly, 2008).

Malgré une surreprésentation, comme dans les travaux anglo-saxons, de recherches sur les paniers dits solidaires (Mundler, Laughrea, 2015), le champ d'investigation s'est en effet largement ouvert, notamment sous l'influence des centres d'intérêt des cinq disciplines qui s'y sont attelées : la géographie⁶³, l'économie⁶⁴, la sociologie⁶⁵ et les sciences de gestion⁶⁶. Une stricte distinction entre champs académiques est cependant artificielle dans la mesure où nombres d'études sont l'œuvre de chercheurs issus de plusieurs domaines. Selon la discipline concernée et selon qu'ils sont appréhendés plutôt du point de vue des producteurs, de celui des consommateurs⁶⁷ ou de l'espace, politique et géographique, dans lequel ils se déploient, une vingtaine de thèmes peuvent être recensés.

Figure 11 : Thèmes de recherche sur les circuits alimentaires de proximité



⁶³ Géographie sociale, rurale et économique

⁶⁴ Economie agricole, rurale, de la qualité et du développement

⁶⁵ Sociologie politique et économique

⁶⁶ L'entrepreneuriat et le marketing

⁶⁷ Ces derniers pouvant référer à la fois des acteurs individuels et collectifs, privés ou publics

1.3. Une triple démarche

D'un point de vue méthodologique, le phénomène est étudié selon trois niveaux :

- micro-analytique : du point de vue de l'individu (ses motivations, ses préférences) en qualité de consommateur ou de producteur ou de l'entité organisationnelle (sa performance, ses caractéristiques), qu'il s'agisse d'une exploitation agricole ou d'une modalité particulière de circuit de proximité ;

- méso-analytique : selon la configuration spatiale et multi-scalaire de ces initiatives et à partir de l'émergence de nouveaux rapports sociaux (règles, normes et valeurs) dans et entre les organisations, présentes dans et hors du champ agricole ;

- macro-analytique, référant à la construction institutionnelle des marchés ou à l'enchâssement des sphères sociale, politique et écologique dans la sphère économique

Les recherches se distinguent selon qu'elles s'intéressent davantage à l'entité productive, d'approvisionnement, etc. ou qu'elles choisissent le territoire comme point d'app

1.3.1. Niveau micro-analytique : l'individu et l'entité

D'un point de vue micro-analytique et plutôt empiriste, des études s'appliquent à proposer des typologies des modes de commercialisation (Chaffotte, 2006 ; Léonard, 2010) et de transformation (Mondy, 2015 ; Terrieux, 2015b). D'autres cherchent à déceler les motivations des acteurs : les producteurs, d'une part (Le Caron & Daniel, 2007 ; Maréchal & Spanu, 2010 ; Capt & Waversky, 2011), et les consommateurs, d'autres part, avec une focale sur les paniers solidaires et les Points de Ventes Collectifs (Bernard, Dufour & Mundler, 2008 ; Merle & Piotrowski, 2012 ; Lanciano, Poisson & Saleilles, 2012). Une attention particulière est portée au discours des militants qui mettent en pratique et promeuvent certaines formes de circuits courts (Ripoll, 2011 ; Robert-Demontrond & Özçağlar-Toulouse, 2011 ; Le Velly, 2011). Enfin, plusieurs auteurs ont analysé leur impact sur les normes de travail (Lanciano & Saleille, 2010 ; Bon, Lanciano, Aubrée & Hérault, 2010 ; Capt & Chiffolleau, 2011 ; Aubry, Bressoud & Petit, 2011 ; Dufour & Lanciano, 2012 ; Benezech, 2012 ; Aubert, 2013 ; Terrieux, 2013) ainsi que la rentabilité de ces nouveaux modes de production-transformation-commercialisation pour les agriculteurs (Olivier & Coquart, 2010). En miroir, il s'est agi de rendre compte de leur accessibilité pour les consommateurs (Mundler, 2013).

1.3.2. Niveau méso-analytique : configuration multi-scalaire et rapports sociaux

Passant à une échelle méso-analytique, l'inscription territoriale des circuits alimentaires de proximité est appréhendée :

- du point de vue des liens rural-urbain (Aubry, Chiffolleau, 2009 ; Delfosse, 2011 ; Hochedez, Le Gall, 2011 ; Terrieux & Mondy, 2011 ; Aubry, Kébir & Pasquier, 2012 ; Aubry & Kébir, 2013 ; Darly & Aubry, 2014)
- au regard du développement territorial et des modes de gouvernance (Dénéchère, Durand & Maréchal, 2008 ; Dumain & Maurines, 2012 ; Guiraud & Laperrière, Rouchier, 2014 ; Bonnefoy & Brand, 2014 ; Marty, 2014),
- des dispositifs publics de soutien (Dumain, Maurines & Praly, 2011 ; Olivier, 2012 ; Capt, Lepicier & Leseigneur, 2014),
- de la coexistence de plusieurs échelles spatiales de distribution (Praly, Chazoule, Delfosse, Bon & Cornée, 2009 ; Blanquart & Gonçalves, 2011 ; Praly, Chazoule, Delfosse & Mundler, 2014)
- et enfin de leur impact environnemental (Redlingshöfer, 2008 ; Berger, 2008 ; Abel-Coindoz & Egreteau Warnery, 2008 ; Mundler & Rumpus, 2012).

Parmi les études les plus récentes, plusieurs tentent de produire des synthèses en forme d'évaluation des CCP : à partir d'un état de l'art (Mundler & Laughrea, 2015) ou d'outils opérationnels permettant de mesurer leur durabilité (Corade & Del'homme, 2013 ; 2015), agrégeant à la fois les trois piliers du Développement Durable et les effets d'échelle. En d'autres termes, il s'agit de considérer chaque dimension, l'économique, le social et l'environnemental, tant au niveau des exploitations que des filières ou du territoire.

1.3.3. Niveau macro-analytique : construction institutionnelle des marchés et encastrement

D'un point de vue macro-analytique enfin, les principales problématiques, attachées à la sociologie économique et à l'économie politique, s'articulent autour de la question de la régulation des marchés (Vincq, Mondy & Fontorbes, 2010 ; Le Velly & Bréchet, 2011) et de celle de leur encadrement institutionnel (Dumain & Maurines, 2012 ; Olivier, 2012 ; Jouen & Lorenzi, 2014).

Une seconde série de problématiques liées à la sociologie politique questionnent les circuits courts à l'aune de leur capacité à favoriser l'*empowerment* des populations (Chiffolleau & Prevost, 2012) quand d'autres, dans une perspective plus structuraliste, interrogent leurs liens avec les mouvements sociaux et plus particulièrement les Nouveaux Mouvements Sociaux Economiques (Dubuisson-Quellier & Lamine, 2004 ; Dubuisson-Quellier & Le Velly, 2008 ; Ripoll, 2009 ; Dubuisson-Quellier & Giraud, 2010 ; Zimmer, 2011 ; Minvielle, Consales & Daligaux, 2011 ; Le Velly, 2011 ; Blanc, 2013 ; Parenthoen, 2013 ; Marquat & Diemer, 2014).

1.4. Cadres théoriques les plus mobilisés et problématiques les plus étudiées

Si parmi les premières recherches anglo-saxonnes, certaines s'inscrivent dans l'économie politique d'inspiration marxiste ou de la sociologie critique d'obédience structuraliste (Deverre & Lamine, 2010), la majeure partie des études sur les circuits courts et de proximité adoptent des approches interactionniste ou connexionniste (Torre, 2008). Deux cadres théoriques sont particulièrement mobilisés par les chercheurs : le phénomène est tantôt analysé à partir du concept de proximités tantôt au travers des conventions. L'école des proximités (cf. Chapitre 3, section 1) connaît un grand succès. La question se pose d'ailleurs de savoir si son usage n'est pas d'ordre analogique plutôt qu'analytique, les auteurs justifiant leur choix par la dimension géographique du phénomène : elle est ainsi postulée de fait (Aubry & Chiffolleau, 2009 ; Deverre & Traversac, 2011) mais aussi mise à l'épreuve de la question agro-industrielle (Fourcade, 2008 ; Mondy, 2015b) et des échelles spatiales (Praly, Chazoule, Delfosse, Bon & Cornée, 2009 ; Blanquart & Gonçalves, 2011 ; Praly & Chazoule, Delfosse & Mundler, 2014), croisée à la notion de proximités en marketing (Herault-Fournier, Merle & Simonin-Prigent, 2012), utilisée pour qualifier la nature des relations sociales et marchandes dans les filières (Praly & Chazoule, 2013) ou entre producteurs et consommateurs (Dénéchère, Durand & Maréchal, 2008 ; Dufeu & Ferrandi, 2011 ; Chevallier, Dellier, Plumecocq & Richard, 2013). Cette dernière question de la nature des coordinations interindividuelles est également traitée à partir de l'école des conventions (Benezech, 2007 ; 2011 ; Amemiya, Benezech & Renault, 2008 ; Vincq, Mondy & Fontorbes, 2010). Pour le reste, les thèmes sont abordés à partir de concepts propres à chaque discipline :

- l'approvisionnement (Hochedez & Le Gall, 2011), les échelles spatiales (Praly, Chazoule, Delfosse, Bon & Cornée, 2009 ; Blanquart & Gonçalves, 2011 ; Praly, Chazoule, Delfosse & Mundler, 2014) pour la géographie économique ;

- l’encastrement (Zimmer, 2011 ; Chiffolleau & Gauche, 2013), le don (Sarrazin, 2012) pour la sociologie économique ;
- la triple dimension *homo faber/sociologicus/economicus* (Dufour & Lanciano, 2012) pour la sociologie du travail ;
- le gouvernement des marchés (Naves, 2014), la gouvernance (Dumain & Maurines, 2012 ; Olivier, 2012), le travail institutionnel (Lanciano, Saleilles, 2011 ; Parenthoën, 2013) pour les sciences politiques :
- l’innovation (Le Velly & Brechet, 2011 ; Chiffolleau & Prevost, 2012), l’entrepreneuriat (Lanciano & Saleille, 2010 ; Benezech, 2012 ; Emin & Shieb-bienfait, 2013 ; Aubert, 2013) pour les sciences de gestion : etc.

La plupart des recherches s’articule autour d’une question majeure : la nature des relations entre les entités (individus ou organisations). De nombreuses études traitent de la nature des relations et des coordinations interindividuelles et inter ou intra-organisationnelles. Sur le plan interindividuel d’abord, la question du lien producteur-consommateur s’organise autour de deux grands axes : la reconfiguration des relations marchandes en relations sociales et solidaires (Dubuisson-Quellier & Lamine, 2004 ; Dubuisson-Quellier & Le Velly, 2008 ; Dubuisson-Quellier, 2009 ; Dumain & Lanciano, 2010 ; Sarrazin, 2012 ; Blanc, 2013) et l’existence de dispositifs de confiance dans l’échange (Dénéchère, Durand & Maréchal, 2008 ; Ripoll, 2010 ; Hérault-Fournier, Merle & Simonin-Prigent, 2012 ; Dufeu & Ferrandi, 2011 ; Chevallier, Dellier, Plumecocq & Richard, 2013 ; Hérault-Fournier, 2013).

Une autre série de recherches, également articulée autour des aspects socio-économiques, aborde le phénomène dans une perspective organisationnelle : elle traite de l’intermédiation marchande à partir des dispositifs de régulation sociale (Le Velly & Bréchet, 2011) ou de l’encastrement social des marchés (Chiffolleau, 2008 ; 2009 ; Chiffolleau, Prévost & Vallade, 2008). Ces réflexions autour de la nature des coordinations économiques et sociales conduisent assez naturellement vers un débat qui agite fortement la communauté des chercheurs : la question de l’alternativité de ces pratiques.

1.5. Le débat autour de l'alternativité

Un consensus semble poindre sur l'idée que quelque chose de plus agit dans le développement des circuits alimentaires de proximité, par-delà la transaction strictement marchande et la question du prix (Sarrazin, 2012)⁶⁸. Aussi, de manière concomitante aux problématiques relatives à la nature de ces relations, de nombreuses recherches se sont inscrites dans le champ des mouvements sociaux, assignant une dimension politique à la consommation (Dubuisson-Quellier & Lamine, 2004 ; Dubuisson-Quellier & Le Velly, 2008 ; Dubuisson-Quellier, 2009), analysant les rencontres entre diverses sphères militantes (Dubuisson-Quellier & Giraud, 2010 ; Velly, 2011 ; Zimmer, 2011 ; Blanc, 2013 ; Samak, 2012 ; Gomez & Itçaina, 2014 ; Itçaina & Gomez 2015). Néanmoins, l'« alternativité » supposée de ces initiatives, au sens d'un renversement des normes marchandes⁶⁹, présente dans le discours et l'imaginaire des militants (Ripoll, 2010 ; Robert-Demontrond & Özçağlar-Toulouse, 2011), est rapidement relativisée dans les travaux français. Les chercheurs s'accordent sur l'idée d'une hybridation dans l'usage des filières, courtes et longues, tant chez les producteurs que chez les consommateurs (Dubuisson-Quellier & Le Velly, 2008 ; Robert-Demontrond, 2008 ; Olivier & Coquart, 2010). La fixation des prix, les relations producteurs-consommateurs, les motivations oscillent aussi entre socialisation et processus marchands (Mundler, 2007 ; Dubuisson-Quellier & Le Velly, 2008 ; Robert-Demontrond, 2008 ; Olivier & Coquart, 2010 ; Dufeu & Le Velly, 2016). Enfin, l'institutionnalisation des alliances entre producteurs et consommateurs peut produire une forme de banalisation de la dimension militante initiale (Lanciano & Saleilles, 2010 ; Paranthoën, 2013). Dans le cas des paniers, le local peut devenir l'enjeu d'une appropriation sociale de l'espace par des catégories sociales qui imposent une certaine forme de discours issu des classes moyennes (Ripoll, 2010 ; De Sartre, Douence & Mercier, 2010).

A côté de ces recherches inscrites dans les courants de la sociologie politique et de la sociologie économique, des grilles d'analyse issues des sciences économiques et de gestion cherchent également à qualifier ces circuits de proximité comme relevant d'une forme alternative.

⁶⁸ Rejoignant les remarques plus générales de Sirieix (1999) qui démontre que la théorie économique, selon laquelle la consommation alimentaire dépend essentiellement de son coût et du revenu des ménages, ne suffit pas à répondre à la complexité des comportements alimentaires.

⁶⁹ Cette problématique, spécifique à la tradition de la sociologie économique et de l'économie sociale et solidaire, s'articule autour de la question de l'autonomisation de la sphère économique par rapport aux autres sphères de la vie : sociale, politique, religieuse, etc. (Polanyi, 1983 ; Laville, 2008). Dit d'une autre manière, il s'agit de savoir dans quelle mesure les circuits de proximité sont une alternative au lien marchand en référence aux deux autres principes économiques que sont la redistribution et la réciprocité (Gardin, 2004).

Le mot « alternative » n'a toutefois, dans ce domaine, pas du tout le même sens : il réfère à la distinction établie par Williamson (1984) entre les deux principales modalités de coordination⁷⁰. Les problématiques s'articulent alors sur la capacité des agriculteurs à s'extraire des filières intégrées dans lesquelles leur marge d'autonomie est restreinte (Chiffolleau & Gauche, 2013). Il s'agit donc de recouvrer, via la petite entreprise, une liberté perdue dans la structure hiérarchique imposée par la firme. Aussi ces initiatives peuvent être vues à partir du paradigme de l'innovation et plus précisément de l'innovation sociale (Le Velly, Bottois, Brechet, Chazole, Cornee, Emin, Praly & Schieb-Bienfait, 2010 ; Benezech, 2012). Elles relèvent de caractéristiques proprement entrepreneuriales quoique que parfois singulières du fait de leur dimension collective (Emin, Schieb-Bienfait, 2013 ; Terrieux, Mondy, 2015).

*

Cet objet, les démarches entrepreneuriales territorialisées, en dépit de leur faible poids économique, suscite donc l'intérêt de nombreuses disciplines ; une grande diversité de points de vue qui conduit parfois à des impasses... Les antagonismes qui animent les recherches révèlent à la fois la diversité des modalités existantes, posent la question de l'homogénéité de l'objet et celle du positionnement des chercheurs vis-à-vis de leur objet.

2. De la question agricole à la sociétale : généalogie des recherches sur les circuits alimentaires de proximité

Si l'on fait la généalogie des travaux sur ces phénomènes, elle est à la fois chronologique et diachronique ; la construction de l'objet résulte de la rencontre de trois champs d'investigation : les études rurales, les mouvements sociaux et les coordinations marchandes.

2.1. Les circuits courts de proximité : un thème évident pour les études rurales

Des études récentes ont été conduites sur la pérennité économique des exploitations en circuits courts. Si les revenus s'améliorent, ils ne compensent pas toujours l'augmentation du travail lié aux tâches supplémentaires.

⁷⁰ O. E. Williamson montre l'existence de deux types de coordination des agents économiques : l'une passant par le marché, l'autre par la firme. Le premier réfère au postulat de la théorie néo-classique qui considère que la coordination des agents est régie par la rencontre de l'offre et de la demande de biens et de services sur le marché autour d'un prix d'équilibre. Le deuxième type de coordination, la firme, correspond à une organisation hiérarchique qui comporte l'avantage de réduire les coûts de transaction qui peuvent s'avérer trop importants dans une situation d'atomisation des acteurs.

La transformation du métier implique des modifications dans l'organisation du travail : de nouvelles compétences sont requises pour assurer les fonctions de transformation et de commercialisation (Aubry, Bressoud & Petit, 2011 ; Bon, Lanciano, Aubrée & Herault, 2010 ; Aubert, 2013) – tâches qui n'échappent à une répartition genrée (Giraud & Rémy, 2013 ; Terrieux, 2015) –. Dans le cas des paniers solidaires, les coûts de transaction et les risques de production sont en partie partagés avec les consommateurs (Olivier & Coquart, 2010 ; Mundler, 2007). Au-delà de l'aspect financier, la reconnaissance du travail apporte une autre satisfaction (Dufour, Herault-Fournier, Lanciano & Pennecc, 2010). Aussi, comprendre l'essor des circuits de proximité ne peut se réduire à une appréciation économique. Une enquête sur les motivations des producteurs, en moyenne plus jeunes et dont le niveau moyen de formation est plus élevé (Capt & Wavreski, 2011 ; Aubert, 2013), montre que la récupération d'une partie de la marge bénéficiaire est toujours corrélée à la rattachement du métier et à la recherche de liens (Le Caron & Daniel, 2007 ; Samak, 2012).

En outre, la participation aux circuits courts peut être guidée par des pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement, une compréhension plus politique articulée autour de l'autonomie de l'agriculteur, avec ou sans remise en cause du système économique englobant ou encore la production de denrées alimentaires de qualité, saines et d'origine identifiée (Maréchal & Spanu, 2010). Néanmoins, les deux dernières motivations concernent seulement deux des trois catégories repérées par Maréchal et Spanu. Pour la troisième – les agriculteurs conventionnels –, ces systèmes de commercialisation, peu en phase avec les référentiels de l'agriculture productiviste, apparaissent comme un « pis-aller » : les circuits courts sont utilisés comme variables d'ajustement aux filières longues. Le recours aux circuits alimentaires de proximité est en effet davantage l'apanage de petits exploitants agricoles plus ou moins éloignés des méthodes de l'agriculture intensive avec une surreprésentation de producteurs en agriculture biologique (Chiffolleau, 2008b).

Les circuits courts s'inscrivent en effet dans le prolongement des mouvements agricoles qui se structurent à la fin des années 1980 autour de la diversification et de la vente directe (Perret-Cornet & Capt, 1995 ; Capt & Waversky, 2011) et la demande de reconnaissance d'une agriculture fermière, la poussée de l'agriculture biologique et la naissance concomitante des revendications syndicales pour une agriculture paysanne en lien avec un développement rural en accord avec ses principes (Bruneau, 2010 ; Itçaina, 2009).

Au cours des années 1990, on assiste au passage d'un référentiel productiviste à une économie de la qualité (Lagrange & Valceschini, 2007 ; Sylvander, Lagrange & Monticelli, 2007) avec le développement des labels et autres marques distinctives liées au terroir et à l'origine géographique (Stanziani, 2008 ; Muchnik, Cañada & Torres, 2008). A partir des années 2000, l'intérêt progressif des consommateurs pour une alimentation saine et de proximité interroge la place de l'agriculture au sein des territoires et partant le lien urbain-rural dans un contexte de déprise agricole et de désertification des campagnes (Dumain & Lanciano, 2010 ; Hochedez & Le Gall, 2011 ; Aubry, Kébir & Pasquier, 2012). On assiste alors à un processus de déssectorialisation de la question agricole avec l'apparition de passerelles entre des acteurs dans et hors du monde agricole (Dubuisson-Quellier & Giraud, 2010).

2.2. La question agricole au prisme des mouvements sociaux

Le recours à ces modalités de production et de distribution apparaît comme une réaction à une inexorable disparition d'une agriculture de petites (et très petites) exploitations. Le retour des circuits courts comme moyen de promouvoir un autre type d'agriculture fut d'abord l'apanage des organisations agricoles alternatives à la fin des années 1970 : CIVAM⁷¹, associations de producteurs fermiers, associations de gestion visant l'autonomie des exploitants, etc. Usant d'abord de modalités traditionnelles (vente à la ferme, marchés de plein air), les producteurs entrent progressivement en contact avec les consommateurs (ces derniers pouvant être à l'initiative de cette rencontre) au tournant des années 2000, par le biais de groupements d'achat ou de paniers livrés (Aubrée, 2008 ; Minvielle, Consales & Daligaux, 2011). Dès lors, et avec une accélération nette à la suite du Grenelle Environnement en 2007 et du Plan Barnier en 2009, les collectivités publiques locales se saisissent de cet enjeu, proposant des dispositifs d'accompagnement à l'installation, le soutien à des démarches collectives ou encore l'approvisionnement de la restauration collective publique (Romeyer, 2012 ; Praly, Chazoule, Delfosse & Saleilles, 2012) voire même parfois privées.

La question alimentaire devient un thème d'engagement pour la construction de nouvelles solidarités. Les circuits courts locaux sont associés aux thématiques du commerce équitable (Ripoll, 2010 ; Le Velly, 2011), de la consommation engagée (Dubuisson-Quellier & Lamine, 2004 ; Robert-Demontrond, 2011), de l'économie sociale et solidaire (Zimmer, 2011 ; Sarrazin, 2012) et des expériences démocratiques à l'échelle des territoires (Chiffolleau & Prevost, 2012, Blanc, 2013).

⁷¹ Centres d'initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural

Ces recherches considèrent, à partir de cadres d'analyses divers, les circuits courts alimentaires comme des Nouveaux Mouvements Sociaux Economiques (Gendron, 2006) : ils sont des tentatives de résolution d'enjeux sociaux et environnementaux en agissant dans l'espace économique. Toutefois, si la sphère marchande offre un cadre de revendications pour des impératifs autres que strictement économiques, ces derniers ne sont pas nécessairement les mêmes pour les acteurs.

2.3. Une banalisation du phénomène ou un biais académique ?

D'abord parce que les produits échangés ne sont pas forcément issus d'une agriculture durable (Darly & Aubry, 2014). Ensuite, parce que les arguments localistes ne rejoignent pas toujours ceux du Commerce Equitable (Le Velly, 2011). Et enfin, parce que la remise en cause, *via* les circuits courts, du système dominant de l'agroalimentaire peut prendre la forme d'une critique interne ou externe au marché : certains cherchent à intégrer des considérations sociales et environnementales dans le prix d'échange de produits agricoles tandis que d'autres souhaiteraient une critique plus fondamentale des institutions marchandes (Dubuisson-Quellier, 2009 ; Lanciano & Saleilles, 2011). Par ailleurs, la formation des prix, particulièrement dans le cadre des démarches collectives, oscille entre processus de socialisation et référence au marché (Antheaume & Schieb-Bienfait, 2011 ; Dufeu & Le Velly, 2016). Du point de vue des producteurs, les prix de vente sont définis en référence, d'abord, aux prix appliqués par les voisins, puis à ceux indiqués sur les marchés des matières premières, et en troisième position, de manière minoritaire, en fonction des coûts de revient (Mundler, 2013). A quoi il faut ajouter le fait que le consentement à payer des consommateurs reste limité (Robert-Demontrond, 2008).

Des reproches sont adressés aux chercheurs qui focalisent particulièrement leur attention sur des formes dites militantes de circuits courts (Chiffolleau & Gauche, 2013). Les AMAP bénéficient par exemple d'un nombre d'études académiques – d'une médiatisation – bien plus important que les marchés de plein air ou les ventes à la ferme, alors même que ce mode de distribution ne représente que 4% de la totalité des ventes réalisées en circuits courts⁷². Plus d'un tiers des études conduites sur les circuits courts concernent les AMAP (36 articles sur 95 recensés) à titre exclusif (20 articles sur 36) ou comparatif (16 articles sur 36).

⁷² Agreste Primeur, 2012, « Un producteur sur cinq vend en circuit court », Recensement agricole 2010, n°275, janvier

Pourquoi suscitent-ils un tel intérêt qui dépasse largement leur impact économique ? Certains évoquent une proximité socio-culturelle entre le monde de la recherche et la mise en valeur des formes les plus engagées des circuits courts (Venn Venn, Kneafsey, Holloway, Cox, Dowler & Tuomainen, 2006 ; Deverre & Lamine., 2010) ; d'autres affirment que c'est en tant qu'ils constituent des « *arènes propices aux évolutions* » (Maréchal & Spanu, 2010) qu'ils retiennent l'attention. Cette forme organisationnelle a en effet contribué à faire émerger la thématique dans le débat public en sensibilisant les consommateurs aux nouveaux enjeux de l'agriculture, au point de participer à un processus d'institutionnalisation. Au côté d'autres acteurs des sphères militantes, les organisations de producteurs fermiers, les associations en faveur de l'agriculture biologique, le syndicat de la Confédération Paysanne, etc., les AMAP s'engagent dans les débats et groupes de travail initiés par le Plan Barnier. Toutefois, confrontés aux institutions historiques de l'agriculture, les conditions de production de cette catégorie d'intervention publique conduisent à adopter une définition strictement marchande du phénomène (Paranthoën, 2013).

2.4. Les circuits alimentaires de proximité comme relation de marché

L'essor des circuits courts alimentaires répond, chez les consommateurs, à des motivations diverses : sanitaires, sociales, écologiques, gustatives, etc. (Merle & Piotrowski, 2012). Ces motivations peuvent être regroupées en deux ordres : éthiques, ou liés à la qualité intrinsèque des produits (Zhang, Tagbata & Sirieix, 2009). Le premier aspect renvoie à trois dimensions : environnementale (souci de protéger la nature, de gérer plus durablement les milieux et les ressources) ; politique (solidarité envers les petits producteurs locaux, augmenter les revenus des agriculteurs, lutter contre les effets pervers de la grande distribution) ; économique et sociale (volonté de contribuer au développement local, maintenir l'emploi en milieu rural et périurbain). Le second aspect, qui renvoie à la qualité, transparaît dans la demande de produits frais, facilement conservables, de terroir (origine connue) et de modes de production sains en opposition aux systèmes de production intensifs dans les circuits longs⁷³.

⁷³ La clientèle des « circuits courts anciens » (vente à la ferme, marchés, Points de Vente Collectif) est significativement plus âgées, avec une moyenne d'âge autour de cinquante-trois ans de celle des « circuits courts récents » (AMAP, commande de paniers par internet), plus jeune et davantage préoccupée par les questions sociales et environnementales (Lanciano et al., 2012).

La confiance des consommateurs à l'égard de ces modes de commercialisation est garantie par des liens interpersonnels (Chevallier, Dellier, Plumecocq & Richard, 2014 ; Hérault-Fournier, Merle & Prigent-Simonin, 2012) ou validée par un accord tacite sur des valeurs communes quant aux modes de production et de consommation (Mundler, 2007 ; Dénechère, Durand & Maréchal, 2008 ; Hérault-Fournier, Merle & Prigent-Simonin, 2014).

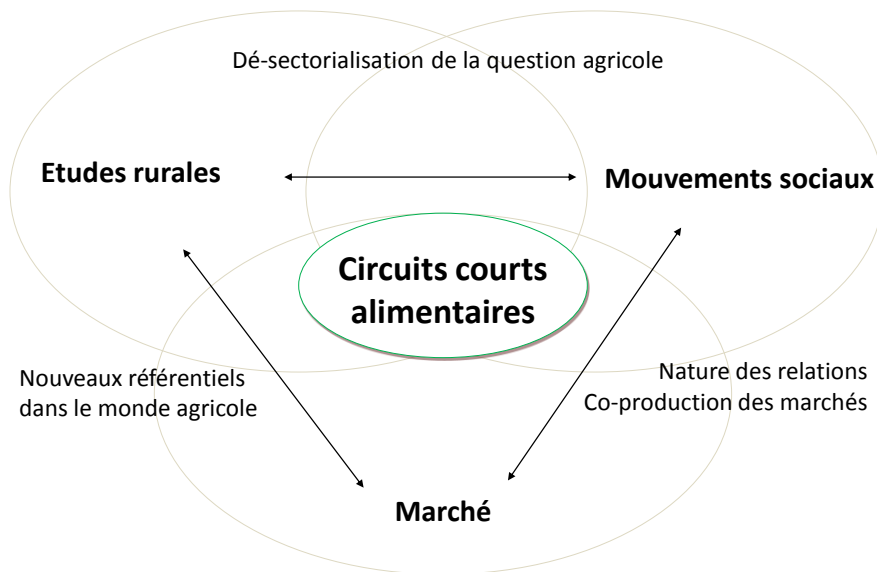
Dit autrement, les échanges entre producteurs et consommateurs sont médiatisés par des conventions de qualité (Benezech, 2007, 2011 ; Vincq, Mondy & Fontorbes, 2010). Toutefois, l'extension de la définition des circuits courts (en incluant notamment la GMS⁷⁴) conduit à une importante hétérogénéité tant dans leurs formes que dans leurs principes d'organisation et de redistribution dans la chaîne de valeur : il y a alors autant de mondes de commercialisation que de circuits courts (Amemiya, Benezech & Renault, 2008).

Face à cette diversité, les agriculteurs impliqués dans les circuits de proximités partageraient des traits communs relevant d'une posture entrepreneuriale. Exploitant des opportunités d'affaire (Lanciano & Saleilles, 2010), ces « acteurs-paysans » font preuve, d'une part, de capacité d'innovation, entre exploitation et exploration (Benezech, 2012) ; d'autre part, de réflexivité en mobilisant des outils « *à des fins stratégiques, dans le contexte de situations de gestion complexes* » (Chiffolleau & Gauche, 2013). L'introduction de la notion d'« impulsion entrepreneuriale » (Lanciano & Saleille, 2010) conduit à relativiser la figure héroïsée du paysan : ces recherches sont d'ailleurs conduites à partir du cadre de l'entrepreneuriat collectif qui analysent les circuits courts dans une perspective néo-institutionnaliste (Lanciano & Saleille, 2011 ; Emin & Schieb-Bienfait, 2013). De fait, le dynamisme des circuits courts agricoles dépend de l'« ambiance locale », c'est-à-dire de la façon dont ils sont « *insérés ou non, soutenus ou non par un environnement économique, social (professionnel ou non) et politique* » (Mundler, 2011).

En somme, le phénomène est interrogé à la croisée de trois champs d'étude :

⁷⁴ Les GMS cherchent elles-aussi à développer cette filière mais la part des ventes en circuits courts ne dépasse pas 2 à 3% tandis que 20% passe par des commerçants détaillants (Recensement Agricole, 2010). Cette faible performance des grands distributeurs s'explique par l'essence même des circuits courts. Comme le souligne le président des Jeunes agriculteurs, ces systèmes peuvent permettre de « *recupérer la valeur ajoutée, qui disparaît souvent dans les GMS. L'agriculteur a su s'emparer de la collecte, de la transformation, à travers notamment les coopératives. Aujourd'hui, il faut également s'interroger sur la distribution, regagner un prix rémunérateur. Il faut que nous soyons acteur de ces problématiques* » Flepp Antonin, 2014, « Proposer une alternative à la grande distribution » (Jeunes Agriculteurs) in <http://www.lafranceagricole.fr/actualite-agricole/circuits-courts-proposer-une-alternative-a-la-grande-distribution-jeunes-agriculteurs-93230.html>.

Figure 12 : L'analyse des circuits courts alimentaires à la croisée de trois champs



Cette représentation généalogique des études françaises rejoint les conclusions de Jouen et Lorenzi (2014) sur l'existence de trois discours politiques sur la question des circuits courts et de proximité : le premier réfère à une approche « traditionnelle-ruraliste », le deuxième est d'inspiration « néo-libérale » tandis que le troisième est qualifié de « alternative-écologiste ».

*

Les recherches qui, tantôt se scindent entre une approche des consommateurs et des producteurs avec leurs motivations respectives, leurs caractéristiques, etc., tantôt embrassent le phénomène dans une perspective plus globale, socio-économique ou spatiale, conduisent à apprécier le phénomène aux frontières de la sphère marchande.

3. Des circuits courts aux systèmes alimentaires, intérêt et limites des catégories d'analyse

Les circuits alimentaires de proximité sont appréhendés par le prisme de trois catégories d'analyse : les circuits courts alimentaires, les Systèmes Alimentaires Localisés et les Systèmes Agroalimentaires alternatifs. Le choix dépend pour partie du champ disciplinaire mais aussi et surtout des préférences des auteurs, selon qu'ils questionnent la nature de ces initiatives au regard de leur rapport au territoire, de leur performance économique ou de leur caractéristiques sociales et environnementales.

3.1. Circuits courts alimentaires : une perception marchande du phénomène

Le concept de circuit court provient du glossaire des sciences de gestion et plus particulièrement de celui du marketing stratégique. Il forme, avec le canal direct et le canal long, ce que l'on nomme le circuit de distribution d'un produit⁷⁵. « *La longueur d'un circuit de distribution est mesurée par le nombre d'intermédiaires par lesquels passe le produit avant d'arriver au client final* »⁷⁶. Son usage entérine une appréciation du phénomène en termes d'échanges marchands entre des producteurs et des consommateurs avec au maximum un intermédiaire. La position adoptée par l'Europe et la France en matière de commerce des biens alimentaires, prend ses distances avec la conception classique et néo-classique selon laquelle le prix de marché révèle la juste valeur d'un produit : si elle souscrit à l'idée de libre concurrence, elle admet néanmoins que l'information que peuvent détenir les agents économiques est imparfaite. La puissance publique peut (et doit) donc intervenir dans le gouvernement des marchés alimentaires en soutenant la création de labels de qualité, de marques distinctes assurant aux consommateurs des données fiables sur la qualité du produits ou en imposant des normes sanitaires pour éviter toute tentative de falsification alimentaire (Stanziani, 2008). La définition institutionnelle actée en 2009 par le ministère de l'agriculture dans le plan Barnier⁷⁷ s'inscrit dans cette tradition mais en focalisant son attention sur un objet différent : la nature de l'échange de denrées alimentaires plutôt que la typicité ou la spécification régionale d'un produit. Un premier état des lieux est réalisé dans le cadre du programme CROC⁷⁸ duquel résulte une typologie proposée par Lydia Chaffotte⁷⁹ qui repose sur une double distinction selon l'existence ou non d'un intermédiaire et la nature, collective ou individuelle, de l'échange.

⁷⁵ Ajoutons que si « le circuit désigne généralement la structure de distribution, (...) la notion de réseau s'intéresse davantage aux individus (distributeurs, intermédiaires) ». <http://www.definitions-marketing.com/Definition-Canal-de-distribution>.

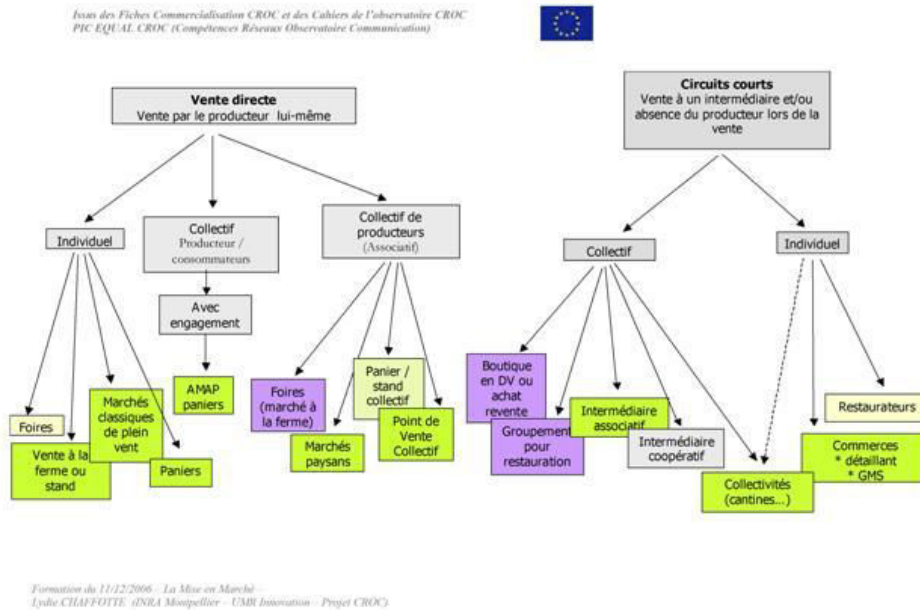
⁷⁶ <http://www.mercator-publicitor.fr/lexique-marketing-definition-circuit-court-direct-long#sthash.AAOLkuAb.dpuf>

⁷⁷ « Modes de commercialisation des produits agricoles qui s'exercent soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire », Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt (2009), Plan d'action pour développer les circuits courts - Renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs, URL <http://www.agricole.gouv.fr/section/presse/communiqués/developper-circuits>
Intégrant cette nouvelle donnée, le Recensement Agricole 2010 fait ressortir que 21% des agriculteurs commercialisent tout ou partie de leur production en circuit court avec une forte prépondérance de la vente à la ferme et sur les marchés de plein air (60% du total des parts de vente).

⁷⁸ Compétences, Réseaux, Observatoire, Communication pour soutenir l'agriculture locale par des réseaux de proximité (Cf. Annexe : Programmes de recherche-action sur les circuits courts en France)

⁷⁹ Chaffotte L., 2006. *Typologie des circuits courts et de vente directe*, typologie issue des fiches de commercialisation CROC et cahiers de l'Observatoire, outil de formation, INRA, Montpellier, déc. 2006, 1p

Figure 13 : Typologie des circuits courts et de vente directe



Trois limites apparaissent concernant ce concept et la représentation qu'il induit. Ce schéma est « producto-centré » : le producteur est à l'initiative du circuit économique. Or, dans les cas de la restauration collective (Le Velly, Bréchet, 2011 ; Praly, Chazoule, Delfosse & Saleilles, 2012), des groupements de consommateurs individuels ou professionnels, des marchés de producteurs sous l'égide des Organisations Professionnelles Agricoles, les marchés sont davantage créés par des collectifs (de producteurs ou de consommateurs), ou grâce à l'intervention tierce des collectivités territoriales locales où des producteurs sont appelés à participer. Deuxièmement, la question des conditions de production et de la qualité des denrées alimentaires n'apparaît pas. Or, les notions de terroir, au sens d'une garantie gustative, sont toujours implicitement ou explicitement présentes dans le contrat qui lie producteurs et consommateurs et dans l'implication des institutions publiques chargées du développement local (Delfosse & Bernard, 2007). Par ailleurs, les circuits courts sont originellement et majoritairement utilisés par des producteurs qui participent d'une agriculture plus « durable » (Chiffolleau, 2008 ; Maréchal & Spanu, 2010 ; Aubry, Kébir & Pasquier, 2012). Enfin, la dimension de la proximité géographique entre zone de production et zone de consommation est évacuée.

En effet, les circuits courts « distendus » du fait de la nature particulière de certains intermédiaires – l’e-commerce, la restauration collective, les plateformes, etc. (Prally, Chazoule, Delfosse, Bon & Cornée, 2009) – engendrent une diversité de l’inscription spatiale de ces derniers (Blanquart & Gonçalves, 2011) : les producteurs et les filières auxquelles ils appartiennent s’engagent dans des stratégies différenciées de commercialisation, préférant la vente directe pour certains de leurs produits ou le recours à des structures plus complexes d’acheminement vers des zones plus lointaines. Ces trois réserves conduisent à explorer un autre champ de recherche, antérieur, qui s’appuie sur la notion de *systèmes alimentaires* et rend mieux compte de la diversité des recherches entreprises sur ce thème.

3.2. Systèmes Alimentaires Localisés, Systèmes Agroalimentaires Alternatifs : une appréhension territoriale de la question agricole

Aborder le phénomène en termes de systèmes alimentaires modifie sensiblement les contours et problématiques de recherches : non seulement le champ d’investigation est plus large mais les différentes disciplines convoquées dépassent une analyse strictement marchande. Les études portent sur la vente directe mais aussi les circuits longs territorialisés comme les Systèmes Productifs Localisés fondés sur des processus de qualification des produits⁸⁰ ou les systèmes d’approvisionnement locaux sous l’égide des pouvoirs publics voire même, pour les *Alternatives Food Networks*, les expériences d’auto-production (cueillette, jardins communautaires). Plutôt abordés d’un point de vue économique⁸¹, les analyses de ces phénomènes sont enrichies par des apports en géographie, sociologie et anthropologie (Muchnik, Sanz Cañada & Salcido Torres, 2008).

⁸⁰ Identification de l’origine géographique, d’une part, et de la qualité, d’autre part, dans la mesure où ils engendrent de la territorialité.

⁸¹ Avec deux traditions distinctes concernant l’analyse du contexte : les américains et les européens du Nord retiennent l’importance des biotechnologies et de la globalisation dans les transformations majeures du monde agricole tandis que les européens du Sud insistent davantage sur la standardisation des produits corrélée à l’internationalisation des marchés (Allaire, Sylvander, 1997). Aussi si les *Alternatives Food Networks* ou Systèmes Agroalimentaires Alternatifs (S3A) insistent sur les potentialités d’un changement de paradigme en matière agricole et alimentaire, les Systèmes Agroalimentaires Localisés (SYAL), plus réservés, prennent en compte les possibilités d’un développement durable des territoires, renouvelant ainsi l’approche des Systèmes Productifs Locaux (Requier-Desjardins Denis, 2010).

Un Système Agroalimentaire Localisé ou réseaux alimentaires de proximité désignent l'ensemble des « *organisations de production et de service (unités d'exploitation agricoles, entreprises agroalimentaires, entreprises commerciales, entreprises de restauration...) associées de par leur caractéristique et leur fonctionnement à un territoire spécifique. Le milieu, les produits, les hommes, leurs institutions, leurs savoir-faire, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relation se combinent dans un territoire pour produire une forme d'organisation agroalimentaire à une échelle spatiale donnée* » (Muchnik, 2010). Le point de focalisation est ici territorial, les frontières de ce dernier s'élargissant ou se réduisant selon les acteurs en jeu ou la problématique posée (Guiraud, Laperrière & Rouchier, 2014) : stratégie de commercialisation du (des) producteur(s), approvisionnement des habitants en qualité de consommateurs individuels ou d'usagers d'un service de restauration collective (Le Velly & Brechet, 2011 ; Dumain & Maurines, 2012), valorisation touristique d'une zone géographique (Delfosse, 2011), etc. Dans cette optique, la diversité des acteurs et les caractéristiques propres à un lieu produisent et sont produits par des agencements spécifiques, par de nouvelles structurations systémiques (Minvielle, Consales & Daligaux, 2011). Les circuits alimentaires de proximité permettraient ainsi de répondre à des attentes diversifiées de trois catégories d'acteurs identifiés : les producteurs, les consommateurs et les pouvoirs publics grâce à des innovations sociales qui élargissent le « champ des possibles » (Chiffolleau & Prévost, 2012) et refondent de nouvelles formes de gouvernance alimentaire sur les territoires (Dumain, Maurines & Praly, 2011 ; Olivier, 2012 ; Bonnefoy & Brand, 2014).

3.3. Institutionnalisation et déssectorialisation de la question agricole

Une part de ces recherches mettent en exergue que le dessein d'un territoire n'est pas toujours l'objet d'un consensus ; on assiste en effet à une politisation de la sphère économique au niveau local, particulièrement dans le domaine agricole (Itçaina, 2005, 2009). Aussi des rapports de force sont-ils en jeu quant à la définition de ce qu'est et de ce que doit être le développement agricole local. Trois discours concomitants vont émerger pour la légitimation de ces pratiques (Jouen & Lorenzi, 2014). Ces représentations divergent selon le type d'agriculture défendue et la place accordée au territoire. La première, de type néolibéral, prévaut dans les pays anglo-saxons tandis qu'elle est largement minorée en Europe. L'organisation des circuits alimentaires de proximité est régie par les communautés locales qui, indépendantes des administrations et du pouvoir de l'Etat, assurent une solidarité de proximité en contre-point des forces du marché.

La deuxième, la représentation de type traditionnelle-ruraliste, est particulièrement présente en France. Les circuits alimentaires de proximité se développent sous l'égide de politiques publiques déclinées au niveau local. Ces interventions étatiques visent en premier lieu à améliorer la situation économique des agriculteurs ainsi que d'assurer une alimentation de qualité pour les populations locale. Enfin, la troisième représentation, de type alternative-écologiste, insiste sur un renversement des modèles agricoles conventionnels dont les circuits courts fourniraient un moyen. Il s'agit en outre d'engager les consommateurs au-delà de leur fonction d'achat pour une participation active et de long terme dans le soutien à ce type d'agriculture.

Les pratiques sociales et les discours autour des circuits alimentaires de proximité vont influencer sur la prise en charge de cette question au niveau institutionnel. Le territoire va devenir un enjeu d'« accaparement » si ce n'est politique au moins symbolique, par l'occupation de fonctions de décision. La question agricole, traditionnellement « gérée » par les Chambres d'agriculture, est saisie par d'autres acteurs qui vont agir auprès d'autres instances représentatives, en l'occurrence des collectivités territoriales, pour faire valoir leur point de vue. Des associations de producteurs fermiers, de défense de l'environnement, de soutien à l'agriculture paysanne, etc., vont chercher à promouvoir une agriculture « relocalisée », diversifiée et de qualité : d'une part, via des actions de sensibilisation, et d'autre part, grâce à la mise en place de circuits alimentaires de proximité. On va alors assister (et le processus se poursuit encore aujourd'hui) à un déplacement des enjeux, le territoire devenant un nouveau lieu de légitimation des acteurs en charge de la question alimentaire (Allaire & Sylvander, 1997 ; Bonnefoy & Brand, 2014).

On perçoit donc bien que, par-delà leur aspect formel (le nombre d'intermédiaires, la distance géographique, l'inscription spatiale, etc.), les circuits courts de proximité sont au cœur de débats plus profonds sur la manière de conduire des politiques économiques relatives à l'agriculture. Ce nouvel angle conduit à compléter la figure 9 en plaçant les circuits courts de proximité à la croisée d'un enjeu triple.

Figure 14 : Typologie des circuits courts de proximité

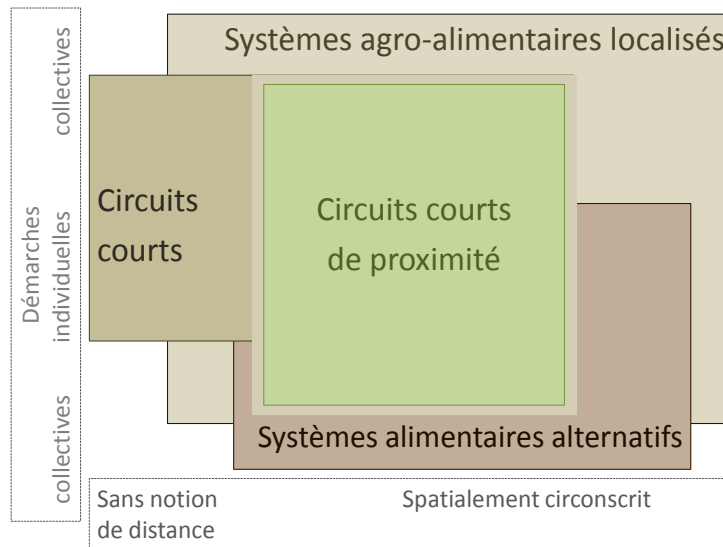
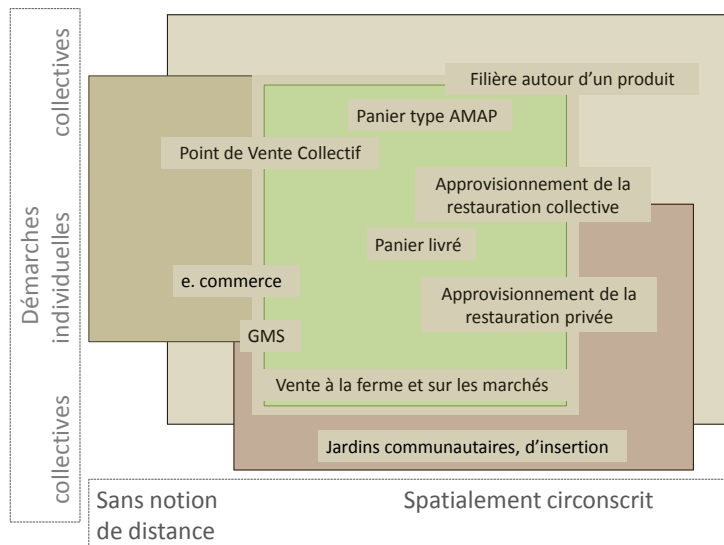


Figure 15 : Exemples de circuits courts de proximité



Conclusion : des vertus supposées aux effets réels des circuits de proximité alimentaires

*

Des vertus supposées...

La publicisation des circuits alimentaires de proximité sur les territoires via le relais médiatique dont ils ont bénéficié, l'intérêt académique qu'ils ont suscité et le soutien par des politiques publiques spécifiques qui s'est mis en place à partir de 2009, s'inscrivent dans un contexte global de crise profonde de l'agriculture depuis les années 1990, confrontée à une variabilité des prix sur les marchés internationaux, de crises sanitaires à répétition (Bonnefoy & Brand, 2014).

La première étape de ce bouleversement a consisté en une réappropriation, par les territoires, des questions agricoles autour de processus de qualification par opposition à la standardisation des produits alimentaires (Allaire & Sylvander, 1997 ; Stanziani, 2008). Cette tendance s'est affirmée par la poursuite de ce phénomène de déssectorialisation de la question alimentaire par des mobilisations, dans les années 2000, dans et hors du monde agricole (Dubuisson-Quellier & Giraud, 2010 ; Parenthoën, 2013 ; Itçaina & Gomez, 2014). Elles s'articulent autour d'une cause mobilisatrice : le maintien d'une agriculture locale articulé à la figure du paysan qui renvoie chacun à ses propres représentations (Gomez, 2013) et retrouvant une légitimité à l'ère moderne (Muller, 2009 ; Benezech, 2012)

Les pratiques (Chaffotte, 2006 ; Léonard, 2010) et motifs de participation sont nombreux, tant du côté des consommateurs (Merle & Piotrowski, 2012) que des producteurs (Le Caron & Daniel 2007) et c'est précisément pour cette raison que ce phénomène s'est plus largement diffusé et a pu atteindre une certaine visibilité dans la seconde moitié des années 2000. Aussi, les circuits de proximité font-ils coexister des acteurs qui s'y engagent pour des buts divers, voire parfois divergents. Ceux qui se rallient aux mouvements les plus militants y voient un rempart à l'ordre économique néolibéral et à l'industrialisation de l'agriculture. D'autres considèrent qu'ils ont un impact positif pour l'environnement : ils sont plus à même de conduire à un équilibre écologique, au maintien de la biodiversité et garantissent, en outre, une qualité gustative. En termes de développement local, ils participeraient d'une réappropriation politique du territoire et seraient créateurs d'emplois. Enfin, ils répondent à des attentes sociales articulées autour de l'autonomie et de l'autosuffisance autant des individus que des territoires ; ces idéaux s'apprécient dans la figure de l'acteur-paysan (Dufour, 2012) et dans les capacités d'empowerment des populations (Chiffolleau & Prévost, 2012).

...aux effets réels des circuits de proximité alimentaires

Par-delà les discours, les pouvoirs publics ont cherché à rendre compte des performances de ces nouvelles formes de circuits en commandant un rapport sur les référentiels technico-économiques par filières (Capt, Chiffolleau, Gauche & Gervreau, 2011)⁸².

⁸² Capt Danièle, Chiffolleau Yuna, Gauche Agnès, Gervreau Guillaume, Leseigneur André et al., 2011, « Elaboration d'un référentiel technico-économique dans le domaine des circuits courts de commercialisation. Partie 1 : Cadre d'analyse, méthodologie et synthèse des résultats légumes et produits laitiers en circuits courts. » Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche, de la ruralité et de l'Aménagement du territoire, CASDAR RCC

Toutefois, cette étude ne débouche pas nécessairement sur des conclusions probantes : les écarts en termes de « chiffre d'affaire », de « revenus », de « taille des exploitations », etc., révèlent une grande diversité de situations. Une disjonction entre les demandes institutionnelles agricoles et les caractéristiques des exploitations en circuits courts se fait jour. Le ministère cherche en effet à répondre aux exigences de référentiels techniques demandés par les Chambres d'Agriculture et financiers pour les structures bancaires. Or, ces exploitations caractérisées par une petite taille quand les normes économiques s'appuient sur les économies d'échelle, ainsi que par la diversification, qui contrevient à l'idée de spécialisation, remettent en cause les accompagnements traditionnels.

D'un point de vue élargi, Mundler et Laughrea (2015) ont tenté d'établir un premier bilan concernant les vertus supposées de ces circuits de proximité. Ce dernier repose sur quatre dimensions appréhendées d'un point de vue systémique : le bien-être des agriculteurs ; le développement territorial ; le bien-être de la communauté ; la protection de l'environnement. Le bilan est mitigé, d'abord parce que les manifestations de ce phénomène sont hétérogènes : des paniers solidaires avec paiement à l'avance à la vente directe à la GMS, le point commun est essentiellement formel. En résumé, si les agriculteurs se disent globalement satisfaits, que leurs compétences s'accroissent, la charge de travail s'intensifie, relativisant les gains réalisés par ailleurs. Si le nombre de salariés et de nouveaux installés augmente, il est difficile d'évaluer dans quelle mesure il ne s'agit pas d'un transfert d'emplois. Si les circuits de proximité génèrent des effets bénéfiques pour la communauté : nouveaux liens rural-urbain, reconnaissance réciproque, diminution des conflits, etc., une forme d'exclusion sociale, tant chez les consommateurs que chez les producteurs, est à l'œuvre. Enfin, si les pratiques agricoles diversifiées et bannissant les intrants chimiques sont plus représentées, la question des bilans carbone est soumise à controverse.

Conclusion du chapitre 3

Le phénomène des circuits de proximité alimentaires révèle un double mouvement qui, s'il a lieu dans d'autres secteurs de l'économie, apparaît avec une certaine intensité dans le domaine de l'alimentation. D'abord, des revendications issues des mouvements sociaux cherchent à agir à l'intérieur du marché (Dubuisson-Quellier, 2009), à pousser les entreprises privées à internaliser les coûts sociaux qu'elles génèrent (Kapp, 2015). A l'inverse, les acteurs des circuits de proximité se conforment, en partie au moins, à des normes gestionnaires et financières. En somme, sous un même terme, se trouvent des initiatives aux origines et aux propriétés différentes, qui parce qu'elles agissent dans un même champ d'action, s'interpénètrent. Ainsi, des modèles plus alternatifs sont amenés à se saisir des outils proposés traditionnellement pour les entreprises, tandis que ces mêmes outils se voient modifier sous les contraintes de nouvelles revendications. On assiste au processus repéré par Bruni (2014) d'une confusion des genres, les entreprises devant se soumettre à l'injonction de faire du social tandis que les organisations non marchandes sont appelées à davantage d'efficacité selon les normes du marché. De nouvelles normes relatives à l'efficacité et à la performance redéfinissent les critères d'évaluation de ces systèmes induisant le recours, au-delà de la dimension strictement économique, à des critères sociaux, culturels, symboliques, etc. pour saisir ces structurations singulières (Moity-Maïzi, 2010).

Axe de recherche n°3

Le territoire agit tantôt comme actant, tantôt comme acté dans le processus entrepreneurial et donne lieu à des projets de nature différentes : dans un cas, il s'agit de promouvoir une production locale articulée à l'image positive du territoire afin de faire valoir un actif spécifique lié à la localisation dans une logique de compétitivité. Dans un autre, l'enclenchement d'un projet est motivé par un développement endogène autour de l'exploitation d'une ressource pour les résidents temporaires ou permanents du territoire.

Synthèse de la partie 1

Selon Tounes et Fayolle (2006), la « *constatation d'un besoin collectif qui concerne un groupe social ou professionnel, une communauté ethnique ou encore un territoire*⁸³ » réfère aux caractéristiques de l'entrepreneuriat social qui se fonde sur le double accomplissement de fins économiques et sociales (Brouard, 2006 ; Janssen, Bacq & Brouard, 2012). Ce type d'initiatives n'est pas nouveau ; il s'inscrit au contraire dans une histoire longue dont les origines remontent aux socialistes utopiques au XIX^e siècle (Démoustier, 2001 ; Boutillier, 2009). Objet de recherche longtemps resté l'apanage du champ de l'économie hétérodoxe, et particulièrement de l'Economie Sociale et Solidaire, il intéresse désormais des chercheurs et des acteurs du monde économique dans la mesure où les notions de sociétariat, de coopération ou encore les finalités sociales et locales (Chamard, Faivre, Levant & Philippe, 2014) sont enclines à mobiliser les différentes composantes d'une entreprise – employés mais aussi administrateurs ou clients – dans le cadre d'un management par les valeurs (Bréchet & Desreumaux, 1998 ; Ghewy, 2006).

L'attrait pour ces thèmes résulte notamment de la pression exercée par la société civile et les pouvoirs publics sur les responsabilités sociale et environnementale des entreprises qui se traduisent par de nouvelles contraintes réglementaires (Porter & Kramer, 2011). « *Si le profit est encore le fondement central et la raison d'être des entreprises, il ne constitue plus une fin justifiant tous les moyens. De plus en plus, les entreprises doivent s'engager au-delà de leur rôle économique* » (Ghewy, 2006).

Il s'agit donc de mettre à jour une conception qui transcende la définition étroite des sciences économiques de la théorie classique de la valeur pour promouvoir une autre approche : passer d'une conception de la création d'activité fondée sur la *chrématistique* (l'argent et l'accumulation) pour déceler, dans ces initiatives d'un nouveau genre, quelque chose de l'ordre de l'*oikos* ; l'implication pour le territoire renvoyant à la question de la gestion responsable du foyer (Azam, 1998). C'est cette articulation entre valeur et territoire au regard des démarches entrepreneuriales étudiées qui va constituer l'un des points centraux de cette thèse.

⁸³ C'est nous qui soulignons

Du fait de l'accessibilité à des arènes publiques de proximité où la question de la nature du développement économique local est débattue, on voit apparaître le rapprochement d'acteurs jusque-là cantonnés à leur sphère de référence (l'entreprise, les mouvements sociaux, les institutions en charge du développement local) s'engager ensemble dans des projets partagés. Une caractéristique importante de ces démarches entrepreneuriales territorialisées réside donc dans la co-production de valeurs autour du territoire, incarnée notamment dans des biens ou des services. Ce phénomène peut donc se définir comme un processus inter-organisationnel au sens où les dynamiques collectives sont l'œuvre d'alliances, de coalitions entre les différents acteurs composant le territoire, qu'ils soient des individus ou des organisations.

Ces démarches s'ancrent dans un contexte social et institutionnel favorable à leur déploiement. D'un point de vue social d'abord, dans un climat d'inquiétude liée à la conjoncture économique installée depuis les années 1990, la relocalisation des activités économiques et socio-économiques est perçue comme bénéfique par les citoyens⁸⁴. D'un point de vue institutionnel ensuite, le cadre légal (la possibilité de préférer l'approvisionnement local, la levée de certains monopoles, etc.) mais aussi un nombre important de structures dépendantes en partie de financements publics (chambres consulaires, associations, etc.) participent au soutien voire à l'impulsion d'activités économiques.

Il ne s'agit donc plus de traiter exclusivement d'individus mais de coalitions d'acteurs individuels et institutionnels présents sur le même territoire dont le projet s'articule à la valorisation et/ou la préservation des ressources matérielles de ce même territoire. Ces deux présupposés engendrent des conséquences substantielles sur la nature de la valeur créée, résultant de son intrication à des innovations et à des préoccupations d'un nouvel ordre. En effet, à l'instar du phénomène repéré par Goulet et Vincq (2012) concernant les « innovations par retrait » qui s'appuient sur le « *développement d'une rhétorique du « mieux » par le « moins de » et le « sans », appelant à « raccourcir », « réduire », « diminuer » ou « supprimer » la présence de certaines entités* ». a valeur créée ne réside plus seulement dans l'augmentation sans fin des quantités ou des surplus monétaires telles que présupposées par l'idée de croissance économique.

⁸⁴ Et ce d'autant plus que le débat sur les délocalisations « *tel qu'il a été médiatisé en France, particulièrement depuis septembre 2004, montre que, pour des raisons politiques, les conséquences de l'internationalisation de l'emploi ne sont vues qu'à travers les conséquences des restructurations conduisant aux plans sociaux et aux pertes nettes d'emplois, au niveau local et au niveau national* » (Moreau, 2005)

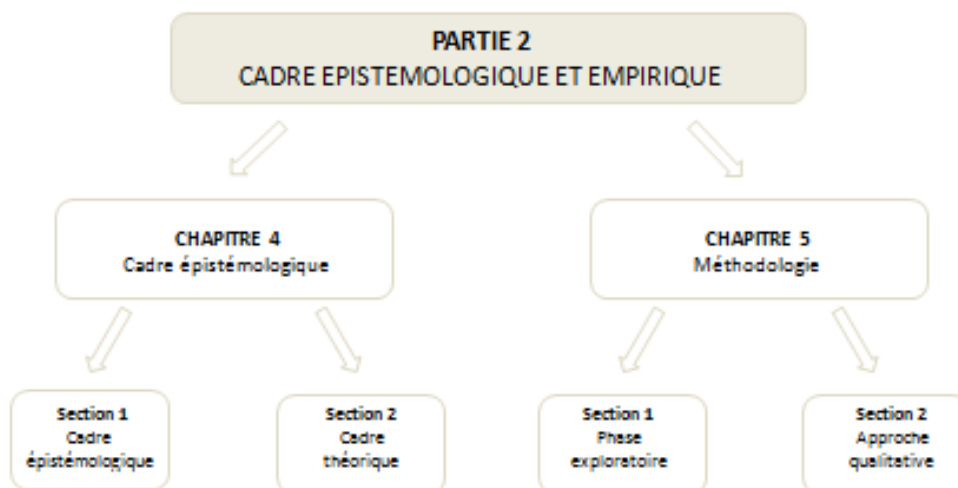
Aussi, le marché est ici moins être vu comme un aboutissement moderne dans une perspective évolutionniste que comme un système qui s'est autonomisé à côté d'autres formes économiques. La nouveauté réside dans son extension comme modèle dominant et la volonté politique de l'inscrire comme principe autorégulateur à partir du XIX^e siècle. La critique est donc formulée d'un point de vue épistémologique. Le marché serait une fiction : il n'existe pas comme mécanisme naturel mais davantage comme une institution (Polanyi, 1983 [1944]). Dès lors, si l'on retient cette hypothèse institutionnaliste, il s'agit de caractériser les interactions des acteurs dans la production des rapports sociaux et de règles autour de ce qui peut constituer un effet positif sur les territoires. Mais ces représentations ne sont pas unes et indivisibles : plusieurs réseaux d'acteurs, géographiquement situés, distincts bien que perméables, se constituent selon des *logiques de similitudes* et *d'appartenances* (Rallet & Torre, 2004 ; Bouba-Olga & Grosseti, 2008).

Rappel des axes de recherches :

- La question de la création de valeur, intrinsèque au processus entrepreneurial, mérite d'être interrogée sur deux aspects. Tout d'abord, la réflexion doit englober valeur d'échange et valeur d'usage, la seconde n'étant pas subordonnée à la première ; ensuite, le terme de création est sans doute réducteur : une dialectique plus complexe oscille entre création et non-destruction de la valeur.
- Plutôt que de fonder l'analyse sur une catégorie déterminée, les entrepreneurs, les dynamiques économiques territorialisées peuvent être pensées comme résultant d'alliances entre différents acteurs, entrepreneurs, institutions, consommateurs qui tentent de répondre aux nouvelles problématiques en termes de durabilité.
- Le territoire agit tantôt comme actant, tantôt comme acté dans le processus entrepreneurial et donne lieu à des projets de nature différentes : dans un cas, il s'agit de promouvoir une production locale articulée à l'image positive du territoire afin de faire valoir un actif spécifique lié à la localisation dans une logique de compétitivité. Dans un autre, l'enclenchement d'un projet est motivé par un développement endogène autour de l'exploitation d'une ressource pour les résidents temporaires ou permanents du territoire.

PARTIE II - CADRE THEORIQUE ET EMPIRIQUE DE LA RECHERCHE

« La gestion comme science n'est définie ni par son objet ni par ses méthodes, qu'elle peut partager avec d'autres disciplines scientifiques (sociologie, économie et autres sciences sociales), mais par ses problématiques. En d'autres termes, une situation de gestion est par nature une situation problématique » (Nitikin, 2006). Le cadre épistémologique et empirique de la recherche adopté dans cette thèse s'inscrit en effet à la croisée des sciences de gestion et de la sociologie des sciences et de la sociologie économique. Parce qu'il privilégie une approche interrelationnelle, il est adapté au champ choisi, l'entrepreneuriat, qui réfère à des dynamiques sociales spécifiques et plurielles. Parce qu'il s'intègre dans le cadre épistémologique constructiviste, il enjoint à prendre en considération la parole des acteurs et partant l'évolution des discours et le caractère perpétuellement changeant des pratiques. L'adoption d'une démarche qualitative, qui d'une première étape exploratoire conduit à une phase d'exploration plus approfondie en même temps que plus circonscrite, a le mérite de pouvoir appréhender l'objet tant du point de vue de son périmètre (ce qui est défini comme l'objet d'analyse, ce qui en est exclu) que de sa porosité. La particularité du phénomène étudié réside en effet dans la reconsidération de la nature des acteurs impliqués. Celle-ci concerne autant les fonctions attribuées aux individus et aux organisations que la place redonnée aux éléments non humains qui participent au déplacement et au réagencement des événements.



Chapitre 4 – Choix du paradigme et modèles théoriques : une approche constructiviste fondée sur la théorie de l'acteur-réseau

Ce travail de recherche poursuit la double ambition de présenter le phénomène de l'entrepreneuriat territorial dans une perspective statique et dynamique. Il s'agit donc de procéder en deux temps, le premier consistant à définir l'objet à partir d'une grille d'analyse multicritère. A l'instar de Bruyat (1993) qui met en exergue des formes dites « pures » et « dégradées » de l'entrepreneuriat, les résultats présentés dans le chapitre 5 reviendront sur le phénomène de l'entrepreneuriat territorial d'un point de vue idéal-typique : une configuration spécifique et, de manière satellitaire, toutes les expériences qui se rapprochent de cet idéaltype mais dont un des critères n'est que partiellement respecté. Toutefois, à la différence de Bruyat, la typologie ne repose pas sur une approche entitative et, partant, micro-analytique du phénomène, mais sur la base d'un ensemble de relations représentées sous forme de graphes, engageant ce travail de recherche dans une perspective méso-analytique (Marchenay & Morvan, 1979). En effet, l'unité de base du cadre méthodologique retenu, la théorie des réseaux, n'est ni l'individu ou plus largement n'importe quelle entité, ni la relation entre deux éléments, la dyade, mais entre trois éléments formant la triade qui « *constitue le plus petit réseau concevable* » (Merklé, 2016). Une fois ces éléments posés, le phénomène complexe, multidimensionnel et systémique des démarches entrepreneuriales territorialisées gagne à être appréhendé dans une perspective dynamique, que permet cette même théorie des réseaux permet.

Dans une première partie, il s'agit de porter un regard général sur le cadre épistémologique choisi, une approche constructiviste et méso-analytique, avant de resserrer le point de vue au phénomène entrepreneurial abordé dans sa double dimension spatiale et temporelle. La partie suivante apporte davantage de précisions sur le paradigme des réseaux lequel permet d'aborder l'objet en introduisant l'influence d'actants, les acteurs non-humains, artefacts qui participent à la modification des représentations et de l'action.

Section 1 – Cadre épistémologique en sciences de gestion et en entrepreneuriat

Cette thèse est conduite dans le cadre d'un contrat de thèse privé et répond à une charte contenant des consignes et attendus de la part du commanditaire. Le thème de l'entrepreneuriat dans son rapport au territoire proposé comme objet d'analyse doit être appréhendé dans une perspective dynamique. Le contexte autant économique, politique que social, les contraintes extérieures autant que les possibilités qui émergent de nouveaux discours et de nouvelles pratiques participent au changement de référentiels. Ces nouveaux modèles requièrent une approche constructiviste et une démarche méso-analytique.

1. Une approche constructiviste et une démarche méso-analytique

Ce travail de recherche entend répondre à deux objectifs : décrire et expliquer le phénomène des démarches entrepreneuriales territorialisées afin de produire des schémas interprétatifs. Avant de décrire le cadre épistémologique et interprétatif choisi, des éléments de contexte concernant le commanditaire de cette thèse, d'une part, et le cahier des charges sur lequel s'est construite la question de départ de ce travail permettent de comprendre les raisons de ce choix.

1.1. Éléments de contexte concernant l'entreprise dans laquelle se réalise la thèse en CIFRE

Dans le courant de l'année 2014, deux doctorants (dont moi-même) ont été salariés dans le cadre d'une Convention Industrielle pour la Formation et la Recherche (CIFRE) au sein d'ETICoop, Ecole Territoriale pour l'Innovation et la Coopération, qui opère comme « *structure de développement de l'entrepreneuriat et des valeurs coopératives sur nos territoires* »⁸⁵. Initiée par le Crédit Agricole Pyrénées Gascogne (CAMPG), cette association loi 1901 créée en mars 2013 propose d'accompagner des porteurs dont le projet s'articule autour de trois critères : la coopération, l'innovation et l'impact positif pour le territoire.

⁸⁵ <http://eticoop.fr/accueil.html> [consulté le 15 juillet 2015]

A côté d'un discours universaliste : « *le Crédit Agricole est la banque de tous ses clients* »⁸⁶ pour lesquels l'organisme bancaire doit faire preuve d'un « *Esprit de service* »⁸⁷, les rapports d'activités successifs (2013, 2014, 2015) du CAMPG témoignent de programmes articulés à la mise en valeur du territoire dont ETICoop (qui appartient depuis 2015 à un dispositif plus large appelé *Le propulseur*⁸⁸) est l'un des canaux de communication.

Toutes ces initiatives⁸⁹ s'inscrivent dans une logique distinctive des banques mutualistes par rapport aux banques SA (selon la terminologie employée par Richez-Battesti, Gianfaldoni, Gloukoviezoff, Alcaras, 2006). Le CAMPG tente ainsi d'asseoir sa légitimité en revendiquant sa forte implantation, grâce à la présence de nombreuses agences qui maillent le territoire particulièrement dans le monde rural, afin de répondre à une demande sociale forte, réelle ou supposée, d'actions de proximité.

Il s'agit là, en quelque sorte, d'un « retour aux origines » : le Crédit Agricole est une banque née à la fin du XIX^e en référence aux principes de l'Economie Sociale (Chamard, Faivre, Levant & Philippe, 2014) alors promus par les gouvernements républicains d'obédience libérale ; elle est, dès sa création, organisée en caisses locales selon des schémas pluri-départementaux (Gueslin, 2002). Un siècle plus tard, elle doit faire face, au même titre que les autres organismes financiers et assurantiels mutualistes sous statut coopératif (Vaugier, 2009), aux critiques concernant la « banalisation »⁹⁰ de ces institutions (Richez-Battesti, Gianfaldoni, Gloukoviezoff & Alcaras, 2006), c'est-à-dire un fonctionnement effectif relevant davantage de la logique concurrentielle de l'économie capitaliste (Batac, Maymo & Pallas-Saltiel, 2008) que du principe de solidarité et de réserves impartageables originellement inscrit dans ses statuts⁹¹.

⁸⁶ Entendu à plusieurs reprises lors d'Assemblées Générales, réunions internes ou externes

⁸⁷ Mot d'ordre général dans la communication interne de l'entreprise adossé à des formations spécifiques à destination des employés

⁸⁸ Notons que les acronymes laissent peu à peu la place à des dénominations sous formes de slogans : *Les élanceurs* du groupe La Poste, *Wave !* chez BNP Paribas, *Dynamique entrepreneuriale* au CIC, etc.

⁸⁹ Le dépôt des marques (2011-2021) « J'aime et j'aide mon Pays Basque / mon Béarn / ma Bigorre / ma Gascogne », la création d'une monnaie complémentaire ayant vocation à soutenir les actions associatives et humanitaires impulsées par des acteurs du territoire (<http://toockets.com>), la réalisation d'un diagnostic de Responsabilité Sociale des Entreprises en partenariat avec Ecocert à destination des clients professionnels afin qu'ils adoptent des comportements éco-responsables et ouvrant à des conditions avantageuses d'obtention de prêt (<http://ouvavotreepargne.com>), etc.

⁹⁰ Le constat de « banalisation » vaut aussi pour les structures du soin et du médico-social qui se sont progressivement « étatisées », abandonnant là aussi leurs racines associationnistes.

⁹¹ Alors même que leurs bons résultats financiers avant 2008 faisaient concéder aux anglo-saxons que le modèle coopératif n'était pas si inadapté aux enjeux de l'internationalisation des marchés et du haut degrés de concurrence qui y régnaient.

Les directions des grandes entreprises ont progressivement pris la mesure de leur responsabilité vis-à-vis de la société en inscrivant la Responsabilité Sociale des Entreprises au cœur de leur stratégie managériale (Damak-Ayadi & Pesqueux, 2005). Mais, le discrédit qu'a engendré la crise financière de 2008 – le statut coopératif n'a en aucune manière tempéré les effets d'entraînement systémique (Frémeaux, 2015) – a incité ces établissements à recouvrer une part de leur légitimité en réinscrivant dans leur stratégie les questions du sociétariat et de l'ancrage territorial. À compter du milieu des années 2000, ce repositionnement managérial est à l'œuvre au sein du CAMPG comme d'ailleurs dans d'autres banques mutualistes (Nouvel, 2008).

1.2. Éléments de contexte concernant les attendus de la thèse en CIFRE

Il ne sera pas ici question de poursuivre davantage sur la stratégie interne de la banque (sujet du deuxième doctorant) : la décision a été prise que les deux chercheurs adopteraient un positionnement différencié, l'un s'appliquant à étudier ce changement de paradigme à l'intérieur de la banque tandis que la présente thèse s'attacherait aux initiatives existantes sur les territoires ainsi que les jeux d'acteurs autour de ces dernières.

D'un point de vue épistémologique, ce travail s'inscrit dans les principes généraux d'une recherche-action, c'est-à-dire une recherche qui doit faire la preuve de son utilité (Demil, Lecocq & Varnier, 2014). Aussi, ce travail de thèse a-t-il donné lieu, au fur et à mesure de sa progression, à la rédaction d'un livrable sur les référentiels économiques des circuits courts alimentaires, à des formations et interventions sur les raisons de la réapparition de pratiques souvent considérées comme appartenant au passé et enfin à l'organisation de journées d'animation scientifiques sur les territoires favorisant la diffusion de la recherche auprès du grand public ou créant des conditions adéquates aux partages d'expériences (cf. Annexe 3).

Le cahier des charges (cf. Annexe 2) indique que la recherche doit se focaliser sur la nécessité d'un « *entrepreneuriat* » qui répondrait à la « *question du développement équilibré et durable du territoire* » dans un contexte de « *crise fondamentale* » (économique, écologique et sociale). Il doit être envisagé à partir de la prise en « *considération des différents acteurs (parties-prenantes) et du développement des valeurs communes orienté ver le développement solidaire, socialement innovant et soutenable* ».

Un centrage s'effectuera autour d'« *un des aspects importants des évolutions en cours sur nos territoires, il s'agit des initiatives de développement rural, notamment toutes les initiatives qui se rapprochent de la question des circuits courts (...) tant directement sur le volet rural que sur le lien entre la vie rurale et la vie urbaine et la recherche de nécessaires équilibres* ». Chacun de ces termes, en tout cas les plus significatifs : « *territoire* », « *développement territorial* », « *développement durable* », « *entrepreneuriat* », « *parties prenantes* », « *valeurs* », « *circuits courts* », ont été définis dans la première partie dans le cadre d'une approche transdisciplinaire.

On a ainsi pu constater, sur les trois ans de travail tant théorique qu'empirique, l'intérêt croissant suscité par ce type de démarches auprès d'acteurs qui y accordaient jusque-là peu de crédit. Corrélativement, l'extension des secteurs d'application est notable ; d'abord et surtout focalisé sur le fait alimentaire, les filières territorialisées se développent sur la question de l'énergie, de l'artisanat, du bois, du textile, de la construction, etc. Enfin, la pluralité des acteurs impliqués mérite d'être soulignée. Il s'agit donc de s'intéresser à l'émergence, à la structuration et au développement d'initiatives socio-économiques mises en œuvre par des individus et des institutions aux logiques d'action différentes, issus du monde rural ou davantage présents dans les pôles urbains. Des alliances entre acteurs privés de type entrepreneurial ou associatif et pouvoirs publics locaux se nouent autour d'un projet (la démarche entrepreneuriale) en référence à des valeurs et des effets attendus sur et pour le territoire.

1.3. Une démarche méso-analytique et un paradigme constructiviste

L'adoption d'une démarche méso-analytique paraît la plus adaptée à la résolution d'une question de cette nature. Elle cherche en effet à appréhender des événements sans qu'aucun élément ne puisse être isolé d'un contexte plus global et à pallier les incohérences et écarts observés entre des analyses micro et macro-analytiques alors que les sociétés, et particulièrement leurs économies subissent de profondes mutations (Marchenay & Morvan, 1979). Ainsi les démarches entrepreneuriales territorialisées ne découlent évidemment pas de grandes catégories déterminantes et déterministes qui ne laisseraient aucune marge de manœuvre aux agents. De la même manière, et en miroir, ce phénomène ne saurait être le résultat des seules motivations ou des actions disséminées des individus ; ces derniers sont insérés dans une situation socio-économique plus large qui les dépasse en partie et dont ils ne peuvent pas saisir tous les ressorts.

En fin de compte, s'appuyer sur une analyse concrète des faits laisse « *apparaître les insuffisances des approches individualistes incapables de saisir que les avancées de l'histoire excèdent absolument toute capacité individuelle – même celle des « grands hommes » – et que le principe de son mouvement réside presque toujours dans la combinaison des énergies individuelles vivantes et des énergies mortes, énergies sociales accumulées/cristallisées dans les structures -héritées du passé ou en train de se faire* » (Lordon, 2000). L'émergence des initiatives multi-acteurs en circuits courts et de proximité doit être insérée dans un temps long composé d'événements multiples dont les principaux sont de nature politique et économique. Ce phénomène peut en effet être saisi à la croisée des revendications pour un développement local auxquels ont succédé des politiques de développement territorial et de la montée de stratégies de compétitivité basée sur la spécification des ressources locales.

Le choix de la perspective méso-analytique nous enjoint logiquement à récuser un positionnement positiviste qui cherche des relations causales fondées sur des hypothèses mises à l'épreuve d'une réalité dotée d'une essence propre (Rasolofo-Distler & Zawadzki, 2013). On lui préfère une perspective interprétatiste ou constructiviste qui réfute la possibilité d'atteindre à l'objectivité d'une situation. Il s'agit en effet de prendre acte du fait que la réalité n'existe pas en tant que telle mais résulte de constructions discursives mises constamment à l'épreuve du réel et, par voie de conséquence, qu'elle ne se fixe pas une fois pour toute mais s'actualise dans le cours des interactions humaines (Berger, Luckman, 1997). Ce programme constructiviste est corrélatif du développement d'un courant relationniste qui correspond à trois temps – davantage synchroniques que chronologiques. D'abord, les chercheurs, à compter de la moitié du XX^e siècle, adjoignent aux présupposés alors dominants des structures sociales déterminantes, la nécessaire prise en compte des interactions dans les processus de changements et d'évolution des sociétés. Le second temps consiste à inverser la perspective : les interactions deviennent premières même si l'existence des contraintes des structures sociales n'est pas reniée. Prégnant dans les pays anglo-saxons dès les années 1960, ce courant se développe en France à partir des années 1970 mais plus encore dans les années 1980 (Corcuff, 2007). Dans le premier cas les structures sont premières, dans le second, ce sont les individus. Le troisième temps qui tente de concilier, au même titre que la démarche méso-analytique, enjeux micro et macro socio-économiques, consiste à placer au cœur de l'analyse ni les structures, ni les individus mais les relations (Degenne & Forsé, 2004).

1.4. Choix du paradigme relationniste au regard de la problématique entrepreneuriale

Le choix de ce paradigme relationniste entend dépasser le double écueil des recherches en entrepreneuriat qui se trouvent prises dans un dualisme qui oppose « *symétriquement l'institutionnalisation de l'entrepreneuriat et sa répétition médiatisée par des modèles d'innovation à son individualisation incrustée dans la singularité de contextes à chaque fois différents* » (Deroy, 2008). L'ambition de ce travail ne consiste donc pas à fournir une modélisation, gage de réussite et de bonnes pratiques ; le risque est non seulement que celui-ci soit dépassé à très court terme mais aussi que cela conforte l'idée qu'il n'y ait qu'une seule manière possible d'atteindre ce but. Il n'existe pas un mais des modèles qui fonctionnent, non réductibles à des critères communs définis une fois pour toute. L'objectif est donc de montrer leurs variétés, regroupés selon des archétypes : davantage orientés par l'actionnariat ou le sociétariat ; sous l'égide d'un individu leader ou portés par un groupe ; ancrés sur des territoires restreint ou nécessitant des formes multi-sites, etc. De fait, l'étude de cas qui n'aurait décrit qu'une seule modalité de démarches entrepreneuriales territorialisées a été écartée afin de ne pas tomber dans le piège de l'extrême singularité d'un projet qui aurait fait ses preuves ou à l'inverse de décrire l'ensemble des éléments, très contextuels, d'une initiative ratée. Il ne saurait non plus être question de proposer, à partir d'une liste d'expériences, des facteurs de succès univoques.

L'émergence et le développement d'un projet dépend de sa localisation ou encore de la période auquel celui-ci est réalisé. D'un point de vue socio-spatial, un territoire peut davantage favoriser les formes collectives, un autre plutôt soutenir des formes individuelles. D'un point de vue socio-historique, des organisations nées trop tôt, c'est-à-dire avant que la communauté n'ait intériorisé certaines innovations, ont périclité alors que quelques années plus tard le même type de projet s'est très bien développé. Enfin, d'un point de vue socio-économique, on voit rapidement évoluer les formes de ces initiatives via des processus de conventionnalisation ou, au contraire, par des réappropriations hors de la sphère marchande. Ainsi des expériences associatives ont influencé des entreprises qui ont rendu payant un service jusque-là rendu bénévolement. *A contrario*, des associations, pour maintenir une marge confortable pour les producteurs, continuent à prendre en charge la partie distribution quasi-gratuitement, soit par le biais de l'engagement collectif, soit par des subventions publiques.

*

La nature récente et évolutive du phénomène nous conduit à faire le choix d'un paradigme constructiviste et relationniste afin de rendre compte de cette complexité qui recouvre non seulement le fonctionnement des projets, les discours portés sur eux mais aussi la diversité des acteurs engagés. Toutefois, avant de s'engager sur l'étude du phénomène, il faut en délimiter les contours et repérer les écueils à éviter.

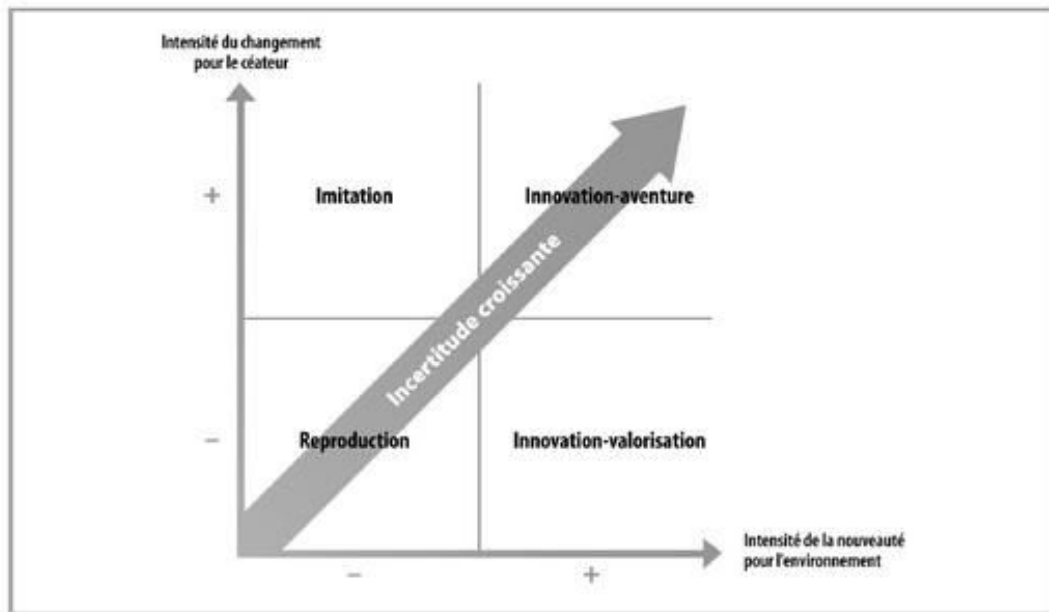
2. Cerner le phénomène entrepreneurial dans sa double dimension spatiale et temporelle

Le premier problème qui se pose à qui fait une thèse en entrepreneuriat concerne la délimitation de l'objet étudié. Une base solide a été fournie par Christian Bruyat (1993) qui invoque la dialogique individu-crédation de valeur – précisant que l'individu peut être compris dans son sens collectif (incluant ainsi les équipes entrepreneuriales) – pour enserrer le phénomène. Néanmoins il ne saisit pas précisément notre objet, c'est pourquoi, nous partirons de ses schémas pour les rendre congruents avec nos attentes.

2.1. Cerner l'objet de la recherche : quel processus entrepreneurial ?

Bruyat propose deux grilles d'analyse pour déterminer les critères retenus dans les recherches qu'il a recensées, dont un nombre significatif relève d'études empiriques. Son modèle fait apparaître les zones consensuelles et celles en discussion dans le champ (Bruyat, 1993, p.62 et 69). Il tente de rendre compte de la dimension dynamique du phénomène à partir d'une matrice dont l'abscisse renvoie à l'importance de la valeur nouvelle créée tandis que l'ordonnée évoque le degré de changement pour un individu (figure 15).

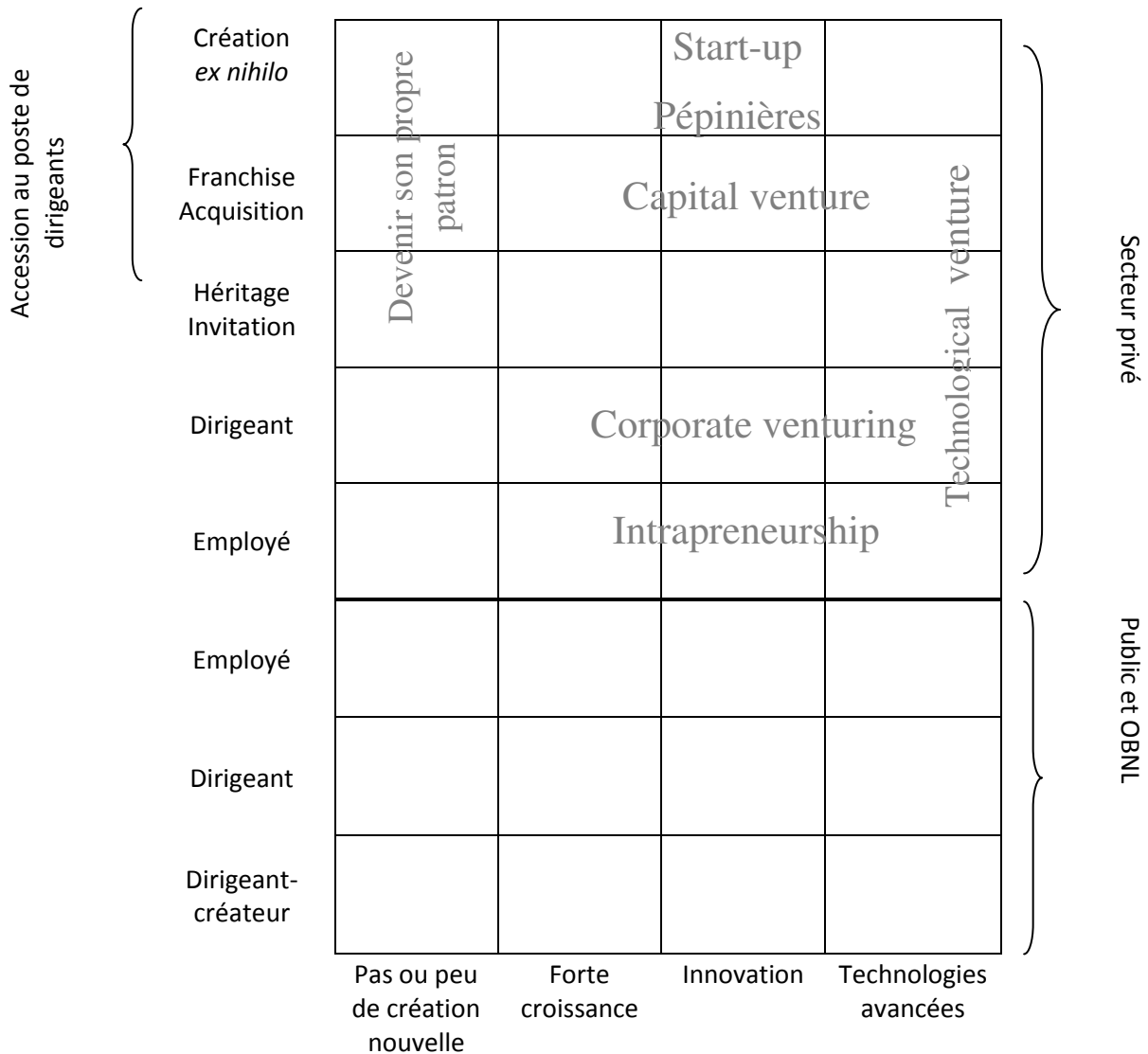
Figure 15: La dialogique individu/création de valeur



Source : Bruyat (1993)

La partie en haut à droite, représentant la conjonction d'un changement sensible pour le créateur associé à un développement important de l'activité mesurée à l'aune de la valeur créée, correspondrait à l'essence de l'entrepreneuriat ; l'idéaltype étant la start-up, caractérisée par son haut niveau d'innovation. En considérant que l'innovation est indissociable de la valeur et donc de l'entrepreneur, cette schématisation s'inscrit dans un courant néo-schumpétérien qui lie l'incitation à innover au degré de concurrence : *« l'entrepreneur décide, dans un contexte institutionnel marchand, de son investissement innovant en fonction du profit que celui-ci peut lui procurer. »* (Amable & Ledezma, 2015, p. 27). Mais Bruyat l'admet lui-même : l'étendue des formes entrepreneuriales dépasse largement l'objet ainsi défini. L'auteur propose alors un outil « dégradé » (Bruyat, 1993, p.74 et p.80) qui prend en compte un plus large panel de situations (figure 16).

Figure 16 : Le champ de l'entrepreneuriat : outil dégradé

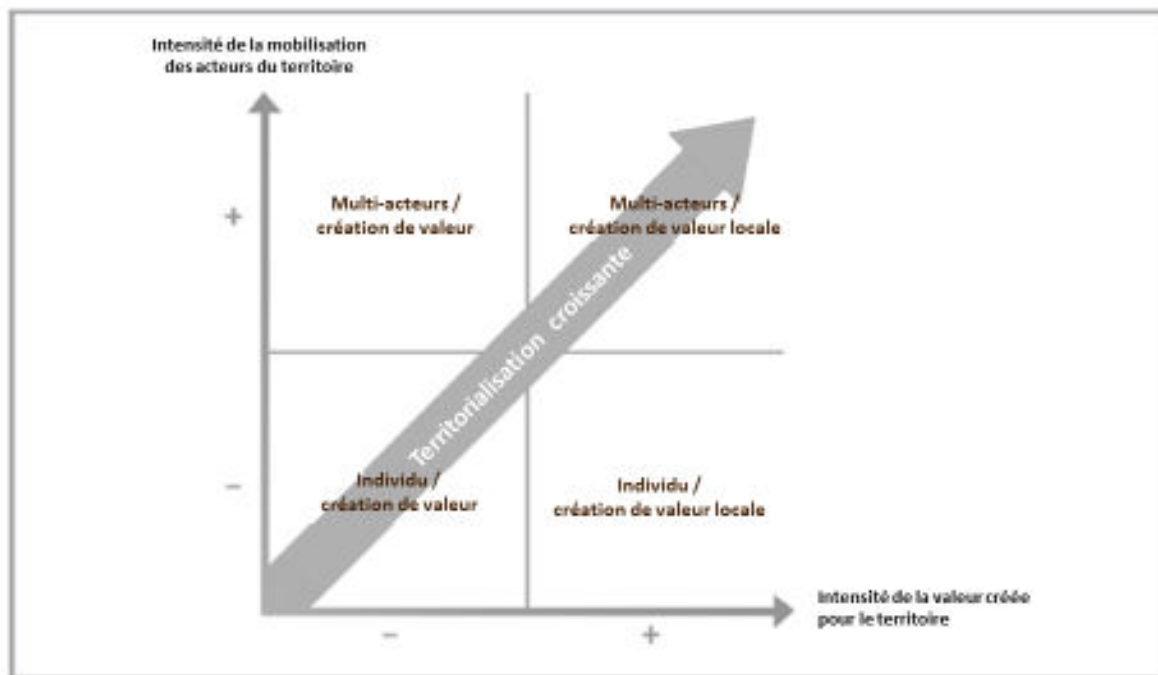


Source : Bruyat (1993)

Ce second schéma inclut outre l'idée de création de valeur, un axe sur lequel sont inscrits les statuts des potentiels entrepreneurs ainsi que les secteurs, privés ou publics, auxquels ils appartiennent. Apparaissent ainsi la catégorie des employés, qui permet de rendre compte des études de cas en intrapreneuriat, celle des dirigeants, pour lesquelles les recherches oscillent entre entrepreneuriat et management stratégique. D'autre part, embrassant le secteur privé et le secteur public et les Organisations à But Non Lucratif, il ouvre le domaine aux entrepreneurs institutionnels et à l'entrepreneuriat social. Cet outil dégradé déborde les frontières de la conception dominante, parfois considérée comme trop restrictives (Lindgren & Pakendorff, 2003), pour appréhender des phénomènes à la marge.

Ces deux matrices, si elles éclairent le phénomène de l'entrepreneuriat dans une version que nous qualifierons de classique, c'est-à-dire une organisation fondée par un ou plusieurs individus qui s'associent en vue de la créer de la valeur pour eux-mêmes et leurs clients, ne prennent pas forcément en compte le cas qui nous occupe. Elles constituent néanmoins une base forte sur laquelle peut être dessinée une nouvelle grille de lecture. Il nous semble en effet intéressant de garder l'idée d'une forme dialogique mais revue à l'aune des caractéristiques particulières d'un entrepreneuriat collectif, d'une part, et l'environnement circonscrit à un territoire déterminé, d'autre part. Ainsi, en nous basant sur le schéma précédent (figure 15), l'abscisse indique désormais le degré de valeur captée au bénéfice du territoire tandis qu'en ordonnée on trouve la capacité du ou des porteurs de projet à se lier à d'autres acteurs (figure 16).

Figure 17 : La dialogique individu(s) /création de valeur locale



Dans cette matrice, l'idéaltype de Bruyat, la dialogique individu/création de valeur ne devient qu'un cas parmi d'autres, représenté dans la partie en bas à gauche. En bas à droite, la relation individu/création de valeur locale comprend les projets portés par des entrepreneurs solo qui souhaitent orienter leurs activités autour de la valorisation/préservation de la ressource territoriale. Au-dessus, sont représentées les démarches entrepreneuriales dans lesquelles peuvent être impliqués des acteurs hétérogènes : entrepreneurs, pouvoirs publics, acteurs institutionnels privés, etc. mais dont les effets sur les territoires sont évalués à partir des schémas classiques en terme de nombre d'emplois, de Chiffre d'Affaires, etc.

Le cas idéal-typique se situe, relativement à l'objet de la thèse dans la partie en haut à droite. Il croise l'intensité de la valeur créée pour le territoire à la mobilisation de plusieurs acteurs de ce même territoire. Une fois ce cadre posé, comment décrire et analyser ce phénomène dynamique ?

2.2. L'aspect processuel : systématiser, décrire par stades ?

Le moment du processus entrepreneurial est caractérisé par sa complexité du fait de l'interaction de plusieurs facteurs que Gartner (1985) enjoint à prendre en considération et à systématiser. La méthode recommandée par le courant de l'émergence organisationnelle, basée sur la statistique, pose toutefois deux problèmes : elle implique une base de données conséquente et se heurte à l'écueil de l'opérationnalisation de variables qualitatives. Elle correspond au second courant décrit par Van de Ven et Poole (1995) (cf. Chapitre 1, section 1) qui, pour leur part, préconisent une autre voie : une analyse processuelle du phénomène entrepreneurial comme succession d'étapes distinctes qui s'enchaînent chronologiquement les unes aux autres. Ici encore, dans la mesure où cette thèse adopte un positionnement constructiviste et plus spécifiquement, dans le champ de l'entrepreneuriat, opte pour la logique effectuale définie par Saravasthy (2001) (cf. supra), la méthode causale et mécaniste ne sera pas appliquée à la complexité des démarches entrepreneuriales territorialisées.

Des recherches récentes ont tenté de dépasser les limites des modèles fondés sur des stades de développement d'un projet entrepreneurial (Schmitt, 2015) malgré l'intérêt qu'ils suscitent et l'usage qui en est fait notamment par les organismes de soutien à la création d'entreprise tels que l'Agence Pour la Création d'Entreprises (APCE). Appréhender un objet dynamique invite à éviter plusieurs écueils dont celui d'une description par étapes successives. Celle-ci représente souvent une réalité figée qui n'a que peu de rapport avec ce qui se passe réellement. Bien entendu, la démonstration analytique dans l'écriture d'une thèse ne permet pas de rendre pleinement compte du caractère complexe et en mouvement de l'événement entrepreneurial. Il est possible toutefois d'insister sur cet aspect en introduisant deux considérations préalables. L'entrepreneuriat est à la fois diachronique et synchronique (Bruyat, 1993), c'est-à-dire caractérisé par son évolution dans le temps – on peut dès lors être tenté par une schématisation en étapes – mais dont chaque séquence doit être envisagée à l'aune de la simultanéité des événements et des faits qui surviennent. La prise en compte de la coïncidence de plusieurs événements relativise la dimension cumulative dans l'évolution du processus.

2.3. L'entrepreneuriat : l'émergence organisationnelle dans un contexte spatial et relationnel changeant

Le terrain de la majeure partie des études qui visent à comprendre les facteurs clefs de succès ou d'échec ou encore celles qui décrivent les différents stades de la création, est constitué d'organisations existantes. Il est bien plus commode en effet, dans le cadre d'un projet de recherche de thèse limité à une durée de trois ans, de s'adresser à des porteurs dont le projet s'est déjà transmué de l'idée à sa réalisation concrète. Le risque réside dans la réinterprétation des phénomènes et de leur succession à l'aune du résultat obtenu. Il serait alors fallacieux de prétendre donner une vision objective du déroulement d'un processus dans la mesure où ce dernier serait passé au filtre du discours des sujets interrogés. Cette posture engendre une appréciation généalogique de la démarche entrepreneuriale qui se traduit par une certaine linéarité de l'action. La nécessité pour le(s) porteur(s) de donner une certaine cohérence au projet peut révéler une logique causale évidente qui n'a pas eu lieu en réalité : « *When we conduct these survey, we tend to ask people after the fact. No, who is going to say "I blundered my way into success?". Yet, in fact, that often what that happens. I had the distinct pleasure of helping to build People Express from ground zero. At the start I was one of the few academics who was in that kind of operation. No offense to the case approach per se, but the Harvard cases on People Express are in fact far removed from the reality that I saw happening. They were written after the fact.* » (Casrud, 1988 cité par Bruyat, 1993). Aussi, nous adoptons les fondements du courant de l'émergence organisationnelle qui rompt avec une vision entitative, c'est-à-dire focalisée sur l'entreprise elle-même, pour se concentrer sur l'avènement du phénomène entrepreneurial : « *si l'émergence survient avant que l'organisation n'existe, alors le phénomène n'est pas une nouvelle organisation. L'émergence organisationnelle est le processus d'organisation qui mène à une nouvelle organisation* » (Gartner, 1993, cité par Brechet & Schieb-Bienfait, 2011b). L'évènement entrepreneurial commencerait dès l'élaboration des prémices du projet par le ou les porteurs et se terminerait une fois l'entreprise créée et consolidée soit de deux à cinq ans après sa constitution juridique.

Mais l'objet d'étude choisi présente encore plus de difficultés dans la mesure où il s'agit d'« *aborder [une] réalité multi-acteurs (existence, quantité, qualité, sensibilité, appartenance politique...), multi-niveaux d'analyse (régulations locales, nationales, européennes, par filière ou secteur, etc.) sans oublier les divers paramètres de l'action tenant aux contingences multiples (technologies, produits, dispositifs de gestion...)* » (Bréchet & Schieb-Bienfait, 2011a).

Aussi, au moins trois problèmes se posent aux chercheurs. Le premier obstacle réside dans le fait d'explicitier, dans une perspective processuelle (Steyaert, 2007), les dynamiques non linéaires à l'œuvre dans les projets territoriaux qui résultent de la mise en jeu de plusieurs acteurs. Plus que des étapes successives, l'observation d'une expérience qui se construit met à jour des bifurcations successives, des allers-retours dans les décisions, la mise en place de modalités de fonctionnements momentanés qui sont ensuite corrigés, modifiés, remaniés. En deuxième lieu, et lié à cette première remarque, le problème concerne la période à laquelle le projet est « observé » et « interrogé » et le biais que représente la dimension rétroactive des discours : « *yet entrepreneurship researchers have been reluctant to focus on emerging organizations and have frequently settled for retrospective work on smaller existing organizations (Wortman, 1985).* » (Katz & Gartner, 1988). Enfin, la troisième complication réside dans le fait que le déroulement d'un projet n'est jamais totalement indépendant de l'environnement dans lequel il se déploie. Il faut, autant que faire se peut, montrer à la fois l'évolution du projet du point de vue de ses promoteurs mais aussi rendre compte du contexte dans lequel il s'inscrit, plus ou moins propice à son développement : existence de financements accessibles, accompagnement soutenant du projet mais aussi, plus impalpable, réception culturelle de la nouveauté, etc. Il n'est pas aisé de lever complètement ces difficultés mais plusieurs issues peuvent néanmoins être envisagées.

2.4. Contourner les biais : limites et perspectives

Plusieurs manières de contourner ces biais peuvent être mises en œuvre, sans toutefois les éviter totalement. En premier lieu, plusieurs parties-prenantes d'un même projet peuvent être interrogées et leurs points de vue confrontés ; ceci afin d'obtenir des informations, de les croiser et d'obtenir des conditions plurifactorielles d'émergence et de développement de l'organisation. Si cette option est retenue, seuls quelques cas sont étudiés en raison du nombre d'entretiens à réaliser pour chaque initiative. Une autre possibilité consiste à suivre l'évolution d'un projet à ses débuts, c'est-à-dire à partir du moment où l'idée émerge, jusqu'à son aboutissement⁹². Mais cette intention méthodologique paraît à la fois ambitieuse et surtout incertaine.

⁹² Bien que la question de la fin du processus soit relative puisque la limite entre le champ d'investigation de l'entrepreneuriat et celui de la théorie des organisations n'est pas bien définie. Pour Katz et Gartner (1988), il s'agit là d'un enjeu fondamental dans la légitimation de l'entrepreneuriat comme champ autonome par rapport au domaine d'étude des organisations : « *The effects of studying organization creation after the fact has been to muddy the waters further in differentiating new entrepreneurial organizations from existing small business (Carland, Hoy, Boulton & Carland, 1984)* ».

Rien n'assure en effet au chercheur que les projets présélectionnés dépasseront le stade de la conception idéale. D'autre part, et de manière plus prosaïque, ils sont difficilement repérables étant donné leur développement dans des sphères discrètes. Enfin, concernant l'environnement, le chercheur n'est pas omniscient et ne peut donc recenser l'ensemble des paramètres qui conditionnent la réalisation d'une initiative : l'émergence de nouvelles organisations s'inscrit à la fois dans des conditions micro et macro-économiques, sociologiques, géographiques, etc.

Très concrètement, pour pallier à ces difficultés méthodologiques qui impliquent de saisir les dimensions diachroniques, synchroniques et contextuelles du phénomène entrepreneurial, le terrain a été abordé de la manière suivante. Tout d'abord, un seul entretien – plus rarement deux – a été réalisé pour chaque expérience repérée et nous avons complété les données de recension par des informations contenues sur des documents écrits, sur les sites internet ou encore en interrogeant de manière informelle d'autres membres actifs. En outre, en renversant la perspective, les entretiens réalisés ont très souvent donné lieu à des renseignements sur plusieurs initiatives en démarrage, en cours ou terminées, les acteurs étant impliqués dans plusieurs projets à la fois. En deuxième lieu, afin de ne pas se limiter à trop peu de cas, le choix a été fait de regarder des projets analogues à différents stades de leur développement. En effet, d'un territoire à l'autre, on retrouve des expériences très semblables tant dans leur discours que dans leur fonctionnement. Aussi, même si leurs histoires ne sont pas strictement identiques, il existe de fortes similitudes et donc des enseignements à tirer de ces différents moments d'« expression » du projet. Enfin, les éléments significatifs de l'environnement sont apparus dans le discours des acteurs qui font apparaître des récurrences tant dans les motivations que dans les logiques de fonctionnement des projets. Mais c'est aussi par comparaison entre les différentes zones géographiques que des traits spécifiques sont apparus : chaque aire possède en effet des traits culturels, institutionnels, socio-économiques singuliers qui favorisent le développement d'un type ou un autre de projets.

*

Si l'encadrement du phénomène entrepreneurial fait l'objet de débats quant à sa nature et à la manière de le décrire, nous avons tenté dans cette partie de rendre compte de la façon dont il sera traité dans ce travail de recherche. En redéfinissant les contours de ce lien entre entrepreneuriat et territoire et en proposant des stratégies de contournement des biais et limites qui s'imposent aux chercheurs, nous avons esquissé les premiers éléments de définition d'une approche multifactorielle et multi-acteurs des démarches entrepreneuriales territorialisées.

Conclusion : la difficile appréhension du phénomène entrepreneurial

*

Repérer les acteurs qui participent à l'émergence au développement des initiatives en circuit de proximité sur les territoires implique une première définition statique de l'objet. Mais cette étape doit ensuite être dépassée pour rendre compte de la dimension processuelle et multifactorielle du phénomène entrepreneurial, particulièrement ici dans son rapport au territoire et aux significations qui sont projetés sur lui. Dès lors le choix du paradigme constructiviste et, en son sein, de la perspective relationniste permet de quitter la vision d'un enchaînement nécessaire et logique dans la construction et la réalisation d'un projet et de ne pas réifier la figure de l'entrepreneur. Comment dès lors aborder le sujet des démarches entrepreneuriales territorialisées en maintenant cette ambition d'une approche complexe irréductible à une description tentative ? Le cadre proposé par la théorie des réseaux nous paraît adéquate à résoudre cette difficulté en interpellant notamment la capacité des actants, définis dans la section suivante, à participer à la structuration du phénomène.

Section 2 – Choix du cadre théorique : prendre en compte les actants dans les démarches entrepreneuriales territorialisées

Deux options s'offrent aux chercheurs en sciences de gestion : « *tester/justifier une théorie, des concepts, un modèle ou bien construire/enrichir des hypothèses, des modèles, des théories* » (Giordano & Jolibert, 2012). Ce travail de recherche s'inscrit dans la seconde démarche en prolongeant et critiquant les cadres adoptés dans diverses recherches sur les situations entrepreneuriales territorialisées. Une proposition en particulier, la *Project-Based View* (Bréchet, 2012) a retenu notre attention dans la mesure où elle place au centre de la problématique la question du projet. Notre démonstration en faveur du choix de la théorie des réseaux reposera sur le déplacement de cet élément, ici le projet de territoire, traité comme artefact dans la *Project-Based View* à son insertion dans un réseau en tant qu'actant.

1. Le projet et l'acteur collectif au cœur du processus entrepreneurial

Après avoir fait retour sur les concepts privilégiés dans l'étude de l'entrepreneuriat dans ses liens au territoire, nous reviendrons sur la *Project-Based View* qui s'est attachée à produire un cadre interprétatif adapté aux démarches multi-acteurs territorialisées. Il s'agira alors de décrypter plus précisément la conception fondamentale à propos de l'individu comme être agissant.

1.1. Retour sur les principaux cadres d'analyse pour un entrepreneuriat territorial

Les liens entre l'entrepreneuriat et le territoire ont été saisis, dans la première partie, au prisme de divers concepts : capital social (Chapitre 2, section 1), stratégies collectives (Chapitre 2, section 1), ancrage territorial (Chapitre 3, section 1), conventions et proximités (Chapitre 3, section 2). Ces travaux conduits à partir de cadres d'analyse issus du champ de la sociologie et de l'économie ont insisté sur plusieurs points. Les acteurs, individus ou entreprises, producteurs ou consommateurs, loin d'être des monades nomades et déracinés, sont pris dans des réseaux constitués de liens forts et de liens faibles (Degenne & Forsé, 2004 ; Granovetter, 2006). Ils sont unis les uns aux autres par des logiques de proximités spatiale et organisée (Rallet & Torre, 2004), se coordonnent et interagissent en référence à des conventions de qualité (Vincq, Mondy & Fontorbes, 2010 ; Marion, 2009) et s'adaptent à leur environnement selon les principes de l'écologie organisationnelle (Yami, 2006 ; Le Roy & Guillotreau, 2002).

L'ensemble de cette littérature, particulièrement dense, récuse globalement les présupposés philosophiques de la théorie néo-classique d'individus atomisés déterminant leur choix selon une fonction d'utilité et engage à prendre en compte les structures collectives qui orientent l'action. D'autre part, l'efficacité supposée des entreprises est relativisée du fait de leur porosité au monde social qui agit sur elles, en les soutenant ou au contraire en les critiquant, autant qu'elles agissent sur lui par leurs externalités positives et négatives. Aussi, l'encastrement des organisations dans des dispositifs institutionnels potentiellement changeants engendre la transformation de certaines représentations, en l'occurrence ici le rapport au territoire et la finalité et la nature de la valeur. Ce sont précisément ces dynamiques de changements dans les représentations socio-économiques qui constituent le point aveugle de ces grilles d'analyse.

Un courant plus directement issu des sciences de gestion trouve un certain engouement chez les chercheurs français en entrepreneuriat pour aborder la question de ces démarches multi-acteurs. La *Project based view* ou approche basée sur le projet (Bréchet, 2012) puise dans plusieurs disciplines, du droit à l'économie en passant par la sociologie, pour proposer un renouvellement des cadres théorique à partir de trois postulats : « a) le dépassement du paradigme économique de l'individualisme méthodologique ; b) la récusation d'une approche basée sur le dualisme acteur – système ; c) la nécessité de privilégier une approche par le projet, ancree dans une perspective artificialiste (Simon, 1969) ; elle permet d'aborder la problématique de la dynamique entrepreneuriale, en reconnaissant les activités de conception mais aussi de régulation (Reynaud, 1989/1997) » (Emin & Shieb-Bienfait, 2011). Inscrite dans la perspective des parties-prenantes, cette grille de lecture fait appel notamment à la question de la propriété pour saisir les démarches entrepreneuriales territorialisées par le « projet » (Bréchet & Schieb-Bienfait, 2011a ; Bréchet, 2011 ; Emin & Shieb-Bienfait, 2014).

1.2. La *Project based view* : un cadre adapté à l'entrepreneuriat collectif et aux démarches territorialisées ?

La *Project based view* est un modèle fondé sur les 3 P que sont le projet, la pérennité et le profit comme dimensions structurantes de l'entreprise (Bréchet, 2012).

S'il est plutôt mobilisé dans le management stratégique ou plus généralement dans la théorie des organisations, de plus en plus d'auteurs le convoquent en entrepreneuriat⁹³ (Lindgren & Packendorff, 2003 ; Schmitt, 2006, 2007 ; Bayad & Schmitt, 2008 ; Bréchet & Schieb-Bienfait, 2011 ; Bréchet & Desreumaux, 2011 ; Emin & Schieb-Bienfait, 2007, 2009). Il s'inscrit dans la lignée de la *Resources based view* ou approche basée sur les ressources dont il récuse le caractère trop statique. La théorie de l'allocation des ressources se concentre en effet sur la capacité d'une firme ou d'un entrepreneur à opérer des choix rationnels entre plusieurs moyens, matériels ou immatériels, afin d'obtenir un avantage compétitif. En introduisant les notions de projet et de pérennité, la *Project Based View* introduit l'idée de temps longs et de coopérations à l'heure où la financiarisation de l'économie induit une vision court-termiste qui remet en cause la légitimité des firmes à produire du bien-être social.

La *Project based view* s'inspire notamment des travaux d'Elinor Ostrom, prix Nobel 2009, sur la gestion des ressources communes et la notion de bien commun. Analyser l'entreprise ou le processus entrepreneurial par ce prisme revient à évaluer la manière dont des acteurs parviennent à des accords collectifs en vue de générer ou régénérer et préserver une ressource dans un contexte de rareté des ressources et des débouchés (Bréchet & Desreumaux, 2011). Fréry (2012) émet néanmoins certaines réserves quant à l'ambition de Bréchet (2012) d'appliquer cette grille d'analyse à l'ensemble des entreprises : elle dénote une vision enchantée qui ne peut s'appliquer à des univers hautement concurrentiels tant dans l'accès aux marchés que concernant l'accaparement des matières premières. Cette démarche est par contre, selon ses défenseurs, parfaitement adaptée aux démarches multi-acteurs mus par des logiques d'action diverses, composées de réseaux, de groupements plus ou moins temporaires engageant des enjeux territoriaux (Bréchet & Schieb-Bienfait, 2011b)⁹⁴.

1.3. L'Analyse des Logiques d'Action ou le paradigme de la stratégie de l'acteur rationnel

Ce cadre théorique est associé à la notion de logiques d'action qui cherche à mettre à jour les raisons d'agir des acteurs en évitant une vision trop déterministe et trop rationaliste (Bréchet, & Schieb-Bienfait, 2011b).

⁹³ Dont un dossier spécialement consacré à ce thème en 2011 dans la *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol. 10, 2011/2 : « Pour la mobilisation de la notion de projet dans la recherche en entrepreneuriat ».

⁹⁴ A ce titre, Fréry (2012) précise que « plutôt que de parler de projet collectif pour définir la *Project-Based View*, il serait plus riche et certainement plus juste de parler de collectif de projets ».

Ce paradigme issu de la sociologie des organisations basé sur des références aux sciences de l'artificiel d'Herbert Simon se développe fortement dans les recherches francophones (Schmitt, 2006, 2007 ; Emin & Schieb-Bienfait, 2009 ; Guyot & Vandewattyne, 2008 ; Bayad & Schmitt, 2008 ; Bréchet & Schieb-Bienfait, 2009 ; 2011 ; Bréchet & Desreumaux, 2011). L'Analyse des Logiques d'Action repose sur le paradigme de la stratégie de l'acteur rationnel, largement usité en entrepreneuriat et plus généralement en sciences de gestion. Elle trouve ses origines dans les travaux de Friedberg et Crozier sur les organisations, auteurs qui tentent de dépasser le dualisme acteur/système (Livian, 2008). L'acteur est libre d'agir, dans un cadre malgré tout contraint, et développe pour ce faire une rationalité stratégique. Cette rationalité stratégique se déroule sous le joug du principe de rationalité limitée ; concept inventé par Herbert Simon et auquel il consacra toute sa vie via le développement des Sciences de l'artificiel. Il s'oppose à la conception classique de la science économique et sa théorie des choix standards, abstraite et irréaliste, dans la mesure où l'esprit humain ne peut détenir l'ensemble de l'information disponible. En quelques mots, il s'agit moins « *d'expliquer comment tout individu doit choisir telle solution optimale, mais la façon dont, en situation, un individu a manifesté son intelligence en s'affranchissant des contraintes propres à la rationalité limitée* » (Micaëlli & Forest, 2009).

Si les sciences économiques ont l'ambition de se rapprocher le plus possible des sciences dures (physique, biologie) ou du moins de leur langage (mathématique), les sciences de gestion auraient quelques ressemblances avec les sciences de l'ingénieur. C'est peut-être Herbert Simon qui inaugure ce pont en entrant à l'Institut de Technologie de Carnegie-Mellon de Pittsburg en 1949. Pour ce dernier, les sciences de l'artificiel se distinguent des sciences de la nature qui ont vocation à observer et déceler les lois qui régissent le fonctionnement de celle-ci. A l'inverse, considérant que « *l'Homme vit non dans un environnement évolutif mais dans un monde anthropisé, constitué d'artefacts, c'est-à-dire d'objets tangibles ou non (ex : logiciels), de dispositifs (ex : un centre-ville) ou d'environnement (ex : une organisation) créés par lui pour répondre à ses besoins* » (Micaëlli & Forest, 2009), les sciences de l'artificiel visent certes à comprendre l'artefact mais pour agir sur lui, pour s'en saisir, le transformer, le modifier, rationaliser son utilisation bref, produire une connaissances qui bouleverse l'état des choses et accompagne le changement.

1.4. De la stratégie de l'acteur rationnel et à la théorie de l'effectuation

Il s'agit là d'un axiome fondamental qui agit comme un impensé épistémologique dans la mesure où la finalité même de cette discipline consiste à être un support à la prise de décision. En d'autres termes, il est difficile d'envisager un déterminisme, total ou partiel⁹⁵, puisque les résultats de la recherche ont vocation à si ce n'est modifier, du moins à infléchir le cours des choses. De ce fait, le postulat de base repose sur l'existence d'un individu qui, même engagé dans une démarche collective, agit de manière autonome et rationnelle, rationalité dont il est largement admis qu'elle est limitée mais néanmoins stratégique. D'autre part, cette action est précédée par une réflexion. La conception dominante de l'esprit humain relève ici du paradigme cybernétique et cognitif. En somme, en dépit de l'incapacité de l'homme à saisir et inclure dans ses calculs en vue de la prise de décision l'ensemble des informations disponibles pour un résultat optimal, hypothèse normative des sciences économiques dans la théorie du choix (Angel, 1999), les actions sont orientées par des moyens sélectionnés en vue d'atteindre des fins déterminée et prévues par avance. Pourtant cette vision rationaliste est partiellement remise en cause (ou plutôt renversée) par une nouvelle voie de recherche ouverte par Sarasvathy (2001) qui en appelle à une approche effectuale.

Sa proposition qui s'attache à analyser la prise de décision dans un contexte évolutif offre la possibilité de rendre compte de la complexité du processus et notamment de la double dimension, synchronique et diachronique, de l'événement entrepreneuriale. Elle apporte une critique inédite à l'approche causale privilégiée dans les recherches : ce positionnement épistémologique enjoint de passer d'une logique prédictive, sous-tendue par l'idée d'une mise en adéquation, par sélection, de différents moyens pour atteindre un but prédéterminé (position du manager) à une logique effectuale (ou effectuelle) dans laquelle plusieurs conséquences, effets et donc scénarii sont envisagés à partir d'un certain nombre de moyens à disposition (position du « jeune » créateur). Ces deux types de raisonnement ne s'excluent pas l'un l'autre et fonctionnent plutôt ensemble.

⁹⁵ Rappelons que les critiques formulées à l'égard du déterminisme relèvent davantage du domaine de la psychologie que de celui de la sociologie. Lorsqu'une justification est avancée dans le choix du cadre théorique ou dans le cas d'un article entièrement consacré à un point épistémologique (Micaëlli, Forest, 2009), elle est fondée sur le rejet du comportementalisme américain selon lequel, dans une situation donnée, un stimulus engendre nécessairement une réaction plus ou moins identique chez les individus. Le déterminisme social, comme par exemple le fait de retrouver plus de chefs d'entreprise chez les enfants de chefs d'entreprise, paraît relever également d'un choix individuel. Cette remarque que nous faisons peut par exemple s'illustrer par l'usage quasi-systématique de la notion de « capital social » qui implique une action volontaire. C'est en effet la version de Robert Putnam qui est retenue alors même qu'elle a été initiée par Bourdieu, sociologue connu pour ses positions sur la reproduction des structures sociales.

Toutefois, le raisonnement causal est davantage mobilisé lorsque le but à atteindre est clairement identifié ; l'enjeu réside alors dans le recours à des outils de planification permettant une sélection optimale des ressources. Dans le cas d'une démarche entrepreneuriale, l'objectif à atteindre doit être construit ; le raisonnement effectual correspond davantage à un contexte d'instabilité et d'incertitude. Sarasvathy amorce une théorie de l'effectuation qui repose sur quatre principes : « 1. *Affordable loss rather than expected returns* » ; « 2. *Strategic alliances rather than competitive analyses* » ; « 3. *Exploitation of contingencies rather than exploitation of preexisting knowledges* » ; « 4. *Controlling an unpredictable future rather than predicting an uncertain one* ».

1.5. De la théorie de l'effectuation et à la dimension dialogique de l'individu

Cette conception conduit à dépasser une « *figure de l'entrepreneur [qui] demeure encore si souvent attachée à celle de l'homo oeconomicus. Pour comprendre l'action de l'entrepreneur, on ne peut (...) pas se limiter à une simple interprétation en termes de rationalité instrumentale* » (Reix, 2012). Celui-ci doit être étoffé de nouvelles qualités permettant de saisir davantage les aspects parfois contradictoires de certaines décisions. Aussi, à cette conception effectuale, il nous semble opportun de nous inscrire dans un modèle dialogique de l'individu issu de la sociologie de l'expérience. « *Parce que la société est un système d'intégration, l'individu participe de l'individu social ; parce que la société est un ensemble de marchés et de quasi-marchés, l'individu est un individu rationnel ; parce que la société moderne est aussi tendue vers un individualisme moral, l'individu est aussi un sujet éthique* » (Dubet, 2005).

Ainsi, l'entrepreneur, individu singulier du fait de la complexité des mécanismes de subjectivation, est néanmoins socialement déterminé. Cet individu social est toutefois conduit à réagir et à agir dans « *des contextes cognitifs, à des ressources socialement définies et il est tenu par une double exigence : celle de la rationalité des bonnes raisons, celle des cadres, des réseaux, des ressources qui ouvrent plus ou moins l'espace de ses choix* » (Dubet, 2005). Il est enfin éthique, c'est-à-dire capable de se conduire de manière autonome, s'arrachant à la double contrainte du rôle social, d'une part, et de l'intérêt, d'autre part. Il se conduit alors selon des valeurs qui le transcendent émancipé des institutions morales et religieuses qui les édictaient jusque-là.

C'est à la croisée de ces trois figures qui composent autant de logiques d'action que l'entrepreneuriat territorial apparaît dans sa spécificité et ne peut être réduit ni à sa nature strictement économique, ni être seulement dirigé par des normes sociales contraignantes, ni enfin être uniquement conduit par la morale et la philanthropie ou des idéaux politiques.

*

Les études en entrepreneuriat empruntent le plus souvent le chemin de l'individualisme méthodologique ou de la rationalité limitée. Or, dans le cadre de démarches entrepreneuriales territorialisées, mais plus généralement en entrepreneuriat, la concrétisation du projet résulte davantage d'une adaptation continue à un contexte changeant. En outre, le projet qui dans notre cas a à voir avec la destinée d'un territoire, central dans la *Project based view*, mérite d'être considéré comme un actant au sens que propose la théorie des réseaux. Au même titre que les acteurs représentés par les individus ou les institutions, il participe à la construction progressive d'un nouveau référentiel entrepreneurial en lien avec le territoire.

2. L'Actor Network Theory ou Théorie de l'Acteur Réseau appliquée aux démarches entrepreneuriales territorialisées

L'étude des démarches entrepreneuriales territorialisées est propice à une analyse en termes de réseau. En effet, cette théorie s'applique particulièrement à traiter des entrelacements, de la circulation, de la topologie d'un phénomène. Si elle rend compte du caractère dynamique de ces initiatives, cette grille d'analyse permet en outre de souligner que cette émergence est corrélée à une nouvelle *Weltanschauung* quant aux finalités de l'économie.

2.1. Entrepreneuriat territorial et réseaux

Le thème de recherche de cette thèse n'est pas aisément abordable à partir des théories classiquement mobilisées en entrepreneuriat qui souvent place l'entrepreneur individuel au centre de l'analyse. La dimension collective inhérente au développement des démarches entrepreneuriales territorialisées, qui se manifeste sous la forme de la coordination marchande classique à base territoriale ou sous des statuts juridiques impliquant un nombre conséquent de membres, fait davantage appel aux présupposés de la théorie des partie-prenantes laquelle s'étoufferait, d'après Mercier (2006), si elle recourait au cadre d'analyse de la théorie de l'acteur réseau qui s'est érigée dans la sociologie des sciences et la sociologie économique.

On se place dès lors, dans une approche sociale qui étudie le phénomène à partir des réseaux sociaux pour pallier les limites de la conception de l'entrepreneuriat dans le modèle de l'économie libérale où l'entrepreneur est assigné à une fonction économique d'optimisation, à côté d'une approche dite managériale qui fait plutôt référence au courant behavioriste et aux théories de la contingence (Schmitt, 2015).

Diffusée par Bruno Latour, Michel Callon et Jude Law à la fin des années 1980 dans le champ de la sociologie des sciences, cette théorie a pour particularité de réfuter la prégnance des contextes, des structures et des champs sociaux, particulièrement présents dans les sciences sociales françaises (Corcuff, 2009). Elle prolonge les critiques soulevées par la théorie des réseaux à propos de catégories définies *a priori* pour préférer une approche empirique ancrée dans la construction de relations établies et perceptibles par le chercheur (Degenne & Forsé, 2004). Dès lors, si les classifications existent effectivement elles doivent être analysées comme des constructions et des reconstructions, pour un temps stabilisées puis ensuite à nouveau refondées. Dans le cas des marchés économiques – pour lequel cette théorie a aussi connu un essor conséquent avec la thèse de Granovetter (2006) notamment –, il s'agit moins de dénoncer la fiction de l'*homo oeconomicus* que de comprendre pourquoi, dans certains cas, les hommes se comportent comme tels et comment des calculs compliqués peuvent opérer aussi bien du côté de l'offre que de la demande. En miroir, ce qui est vrai pour l'économicisation peut aussi s'appliquer au processus de politisation : il s'agit d'appréhender les agencements à l'œuvre dans les actions et les comportements de nature politique (Callon & Ferrary, 2006). C'est en effet à la croisée de ces deux logiques qu'il nous semble intéressant de saisir notre objet.

2.2. Des acteurs aux actants : la théorie de l'acteur-réseau

Mais l'originalité de la théorie de l'acteur-réseau réside surtout dans le fait d'avoir introduit⁹⁶ dans la compréhension des mouvements, des modifications d'un état à un autre de tout phénomène social, les choses matérielles et immatérielles. La théorie de l'acteur-réseau invite les actants non-humains (objets, institutions, idées abstraites, etc.), à interagir avec des humains (consommateurs, usagers, entrepreneurs, etc.). La notion d'actant provient quant à elle du domaine de la linguistique où elle apparaît pour la première fois en 1965, introduite par Tesnière.

⁹⁶ Même si l'instigateur de cette démarche scientifique qui consiste à prendre en compte et au sérieux l'importance des éléments non-humains dans la compréhension des organisations sociales revient à Philippe Descola dans son ouvrage, *Par delà nature et culture*, Paris : Gallimard, 2005.

Elle comprend les humains, les non-humains et, parmi ces derniers, les « quasi-personnages » qui de quelque façon que ce soit, à un titre ou à un autre, de manière active ou au contraire par le seul d'être là, participe à une action en cours. Dans la définition originelle, en linguistique, les actants, opposés aux circonstants, correspondent au nom ou groupe nominal en qualité de sujet, complément d'objet direct ou indirect, qui « *constituent la valence du verbe (ou de tout autre catégorie dotée d'une valence)* » (Bertolussi, 2013). Autrement dit, l'actant est celui qui engendre l'action en agissant sur le verbe tandis que l'acté est celui qui, sous la férule du verbe, est agi. Objets matériels ou totalement immatériel, l'actant peut aussi renvoyer à de grandes catégories idéelles, des concepts abstraits et parfois polysémiques tels que, dans le cas présent, le territoire, le projet ou encore la notion de valeur.

2.3. La capacité générative du territoire dans l'action

Le territoire, dans la perspective de Raffestin, devient, selon la conception latourienne un actant. Dans le domaine des sciences sociales, il est « *une réalité sociale, humaine ou non-humaine, dotée d'une capacité d'action* » et se distingue de l'acteur par le fait de n'être pas nécessairement doté « *d'une intériorité subjective, pourvu d'une intentionnalité, d'une capacité stratégique autonome, et d'une compétence énonciative* » (Lussault, 2006). Ce dernier agit en effet en premier lieu comme producteur et est agi comme réceptacle de représentations. Il s'incarne également au travers d'actants humains et non-humains puisqu'il est constitué d'objets physiques, d'attributs géographiques caractéristiques (climat, reliefs, ressources) et de propriétés politiques (existence d'un centre de pouvoir, organisation sociale et politique, histoire et coutumes). Dès lors, si la focale se resserre à la question des démarches entrepreneuriales territorialisées, le territoire produit d'abord des ressources matérielles. Celles-ci doivent être traitées comme une catégorie d'analyse : « *une ressource matérielle est donc un actant, un quasi-sujet doté de programmes d'actions qui ne seront activés que lorsque l'utilisateur lui fera faire une action, c'est-à-dire le mettra au service de l'un de ses programmes d'actions* » (Marion, 2009). L'activation des ressources matérielles est donc le fait de la seconde composante du concept de territoire : les institutions et les individus. Ces derniers sont impliqués à divers niveaux scalaires et de compétences dans la mise en œuvre de projets de nature économique. Mais, dans le même temps, « *un territoire se singularise par le fait que les acteurs en présence : partenaires publics, associations, entreprises, chambres consulaires... ne sont pas liés entre eux par des relations hiérarchiques, ils sont juridiquement indépendants* » (Zardet & Noguera, 2014).

On a alors à faire à une structure en réseau caractérisé par l'horizontalité et la symétrie des relations des acteurs les uns par rapport aux autres.

De ce fait des coordinations complexes se réalisent qui appellent, d'une part, la résolution d'« épreuves de justifications » (Boltanski & Thévenot 1991) sur le projet pour le territoire au-delà du seul projet d'entreprise et, d'autre part, l'activation de programme d'action concernant des objets par nature inertes. Les délibérations et la mise en marche d'un projet de territoire portent notamment sur la nature des effets considérés comme positifs apportés par une nouvelle activité économique à un environnement social et naturel déterminé. Les finalités et les moyens mis en œuvre pour y parvenir peuvent être appréhendés à partir de la notion de valeur, entendue au sens large (cf. Chapitre 1, section 2), qui rend compte des nombreuses dimensions et finalités de ces initiatives.

2.4. La théorie des réseaux : entre évitement des écueils et controverses en entrepreneuriat

La théorie de l'acteur-réseaux permet de dépasser le double écueil d'une approche macro et micro (Busch, Juska 1997). La première répertorie les nombreuses causes de l'apparition d'un phénomène comme autant de tendances lourdes auxquelles seraient soumis les individus et conduiraient des groupes à se constituer, tandis que la seconde, l'approche micro envisagerait l'avènement d'un phénomène comme résultant de l'agrégation de choix d'individus guidés par leur intérêt propre et coopérant en vue d'atteindre un but pratique. La théorie des réseaux, en revanche, en prenant en compte la mixité des humains et non-humains, paraît éclairer ces discours dans lesquels les éléments sont invoqués comme participant au changement social. A ce compte, les idées au même titre que les infrastructures présentes sur un territoire, les attributs géographiques autant que les politiques publiques sont des maillons du réseau.

Pourtant, certains chercheurs en sciences de gestion ayant travaillé sur les initiatives territorialisées, ne conçoivent pas l'usage de la théorie de l'acteur-réseau dans la mesure où le projet n'y tient qu'une place résiduelle : *« la théorie de l'acteur-réseau (cf. Latour, 2006) qui s'intéresse directement au rôle des acteurs porteurs des dynamiques de relations et de savoirs n'accorde pas de statut au concept de projet dans l'effort de théorisation. On ne saurait dire que les acteurs ne sont pas doués d'intentionnalité, ne portent pas de projet, mais cette idée reste peu explicitée et à peine reconnue »* (Bréchet & Shieb-Bienfait, 2011b).

Outre le fait que cette critique prête à discussion ; la théorie de l'acteur-réseau engageant au contraire à prendre au sérieux les éléments non-humains, on peut opposer aux auteurs de la *Project Based View* la réification de cette notion de projet. Dans leur analyse du monde social, Boltanski et Chiapello (1999) ont décrit l'avènement d'une « cité par projet » déjà évoqué dans l'ouvrage de Boltanski et Thévenot (1991). A notre avis, plutôt que de le réifier, le projet peut prendre la place d'un actant au sens où il mobilise, dans le cadre des démarches entrepreneuriales, les acteurs vers une forme de coordination, marchande ou juridiquement structurée.

*

Le recours à la théorie des réseaux permet d'opérer, par rapport aux cadres d'analyse classiquement mobilisés en entrepreneuriat, un double déplacement. Tout d'abord, il ne s'agit plus de placer l'individu ou l'entreprise au centre de l'analyse mais davantage les relations entre les acteurs et, dans le cas qui nous occupe, à leur territoire. En second lieu, ce paradigme a l'intérêt fondamental de prendre en compte des éléments non humains, les idées, le contexte international, les supports juridiques, etc. qui participent à la reconfiguration de certaines activités. Ces dernières rencontrent aujourd'hui un succès qui n'aurait pu être prédit il y a une quinzaine d'années.

Conclusion : un cadre théorique adéquat à la compréhension d'un phénomène en pleine expansion

*

Si, comme nous l'avons vu dans la première partie, les théories de la complexité représentent un intérêt certain pour les sciences de gestion, et plus particulièrement en entrepreneuriat, elles sont plus usitées dans le monde académique anglo-saxon. Dans les recherches francophones, les résultats sont enrichis par le passage d'une conception économiciste de l'individu à sa pluralité de régimes d'action. Outre ces deux fondamentaux, l'aspect processuel du phénomène et l'abord dialogique de l'individu, ce travail de recherche plaide aussi pour prendre en compte les dimensions collective et projective de l'entrepreneuriat. Le territoire tient, dans les projets, une place centrale. Mais d'artefacts, l'un comme l'autre, deviennent, dans ce travail de recherche actant. Plus que de simples outils ou qu'une image, ils sont considérés comme des programmes activables par des acteurs humains mais aussi comme des éléments de l'environnement qui conforment et reconfigurent les actes et les expériences individuelles et collectives.

Conclusion du chapitre 4

L'objet de cette thèse est donc moins centré sur les entreprises territoriales que sur les démarches entrepreneuriales territorialisées. Ce changement dans la terminologie induit une caractérisation du phénomène en tant que processus, ce qui n'est pas sans poser quelques problèmes d'ordre méthodologique. L'enjeu consiste en effet à se départir d'une appréciation figée du phénomène, de le considérer tant dans sa dimension spatiale que temporelle. Aussi, il est exclu de procéder à une description par stades ou par étapes tout comme le sera une liste de facteurs de réussite ou d'échec des démarches entreprises. En effet, la pluralité des initiatives engage à rendre compte d'une multitude de formes et de fonctionnement plutôt qu'à ériger un modèle.

Il s'agit ensuite d'intégrer dans l'analyse des acteurs considérés souvent comme périphériques à l'événement entrepreneurial afin de rendre compte de sa dimension collective et, partant, des logiques disparates qui l'animent. La conception dialogique de l'individu, qui par analogie peut également s'appliquer aux organisations auxquelles il appartient, a le mérite de réintroduire d'autres aspects que la seule rationalité économique dans les motifs d'action. Enfin l'introduction dans l'analyse des éléments non humains, matériels ou idéels, amène des clefs de compréhension pour saisir les modifications à l'œuvre, les démarches entrepreneuriales territorialisées relevant de discours novateurs tant sur la place du territoire, entité concrète et abstraite, que sur celle de la valeur.

La complexité des démarches entrepreneuriales liées au territoire – et plus largement d'ailleurs, tous les types d'entreprises caractérisées par un fort degré d'innovation – se heurte à une approche circonscrite à un individu ou une équipe entrepreneuriale et l'organisation qui accueille son projet de création. La partie suivante est consacrée à préciser les contours du terrain tout autant dans son aspect spatial que du point de vue des acteurs qui seront interrogées avant de préciser les méthodes employées pour recueillir le matériau.

Chapitre 5 – Méthodologie : recueil de données et analyse du corpus

Le terrain de cette recherche est composé d'acteurs et de projets identifiés participant à l'émergence et au développement de démarches socio-économiques. Certaines ont la particularité d'émerger « par le bas », d'autres sont instruites de l'extérieur ou sous l'égide d'une institution. Dans certains cas la finalité est tournée vers un partage de la valeur sur le territoire, dans d'autres, le projet est orienté vers une création de valeur vers une organisation. En outre, il n'existe pas un territoire mais des territoires qui se chevauchent les uns les autres. L'histoire singulière qui caractérise chacun d'entre eux a un effet sur les configurations de projets : « *les problèmes de la transformation des activités économiques s'appréhendent avant tout à travers une réalité localisée et spécifique*⁹⁷ » (Crevoisier, 2001) et les formes particulières qu'ils prennent dépendent de « *l'ambiance locale* » (Mundler, 2007). Il est donc question ici, par analogie avec les travaux conduits en anthropologie, de considérer « *l'aspect particulier et contingent du sens que chaque société donne aux diverses situations économiques* » (Iribarne (d'), 1992) – étant entendu que les territoires étudiés, inscrits dans une aire socio-culturelle et linguistique commune, sont caractérisés par une certaine homogénéité de leurs représentations.

Comment dès lors déterminer les contours du terrain ? Dans notre cas, la dimension territoriale ne constitue pas une « situation de gestion » : il ne s'agit pas ici d'étudier la réunion de plusieurs participants qui « *doivent accomplir, dans un temps déterminé, une action collective conduisant à un résultat soumis à un jugement externe* » (Girin, 1990). Mais la dimension spatiale est tout de même fondamentale. Étant entendu que les réseaux sont caractérisés par leur absence de clôture (Mercklé, 2016), le périmètre du territoire géographique constitue un moyen de repérer un ensemble de participants à des démarches caractérisées par un fort ancrage. Ainsi, le chercheur peut répertorier les acteurs en présence, les réseaux préexistants et les constructions récentes, les individus, organisations, lieux qui se trouvent à la croisée de plusieurs réseaux. L'approche du terrain d'enquête sera présentée, tout comme elle le fut dans la réalité, de manière progressive, la phase exploratoire ayant conduit à déterminer plus précisément l'objet de la recherche.

⁹⁷ Étant entendu que *spécifique* doit s'entendre non comme *singulier* mais comme *typique* c'est-à-dire quelque chose qui serait propre à une situation mais qui peut se généraliser à toute situation similaire.

Section 1 –De la phase exploratoire et à la détermination du périmètre du terrain

Lorsque l'on parle de terrain, on évoque tout à la fois une « *entité spatio-temporelle* » et une « *instance épistémique* » (Volley, 2003, p.904). Cette partie a vocation à préciser la manière dont celui-ci a été abordé, les étapes successives qui ont déterminé les choix des projets et des personnes interviewées, la méthodologie employée mais aussi à considérer sérieusement le territoire comme un acteur à part entière. Aussi, cette première section consiste à présenter la démarche exploratoire qui s'attache autant à approcher les actants humains que le territoire abordé du point de vue de ces dimensions multiples.

1. La méthodologie qualitative : un accès au terrain qui requiert de suivre un chemin balisé

La phase initiale de tout travail de recherche conditionne la manière dont va se construire la problématique et détermine le périmètre d'action du chercheur lorsqu'il s'agira de passer à la phase confirmatoire. Après avoir rappelé les préalables fondamentaux d'accès au terrain, la phase exploratoire sera explicitée.

1.1. En préambule : fiabilité de la recherche par la multiplication des sources

La scientificité d'une recherche qualitative doit reposer sur le recours à diverses techniques de recueils de données afin de croiser celles-ci. Des écarts peuvent en effet apparaître entre la présentation officielle d'un projet et son fonctionnement réel. En outre, les ressentis subjectifs des porteurs d'un projet doivent être mis en balance avec les interprétations d'autres acteurs plus à distance dudit projet. Coutelle (2005) engage à respecter un principe de triangulation, c'est-à-dire écouter les acteurs, observer les groupes lors des réunions et autres moments de rassemblements, se référer aux plaquettes, documents officiels et officieux (autant qu'il est possible de s'en procurer) afin de circonscrire au maximum l'information.

Si les entretiens qualitatifs enregistrés et retranscrits fournissent la matière de base pour l'étude d'un phénomène dans le cadre d'une méthodologie qualitative, force est de constater la réticence de nombreux interviewés, particulièrement lorsqu'ils ont des postes de chargés de mission ou d'animateurs d'une structure, à parler ouvertement à cause de l'enregistreur. Martine Hlady Rispal (2009) note cette défiance des « institutionnels » qui se méfient des intentions du chercheur ou plus généralement des buts de la recherche.

Une fois ce dernier éteint le plus souvent à la fin d'un entretien ou lors d'une rencontre dans une réunion, certaines personnes livrent davantage leur point de vue personnel sur les faits sur lesquels ils ont été interrogés.

Par ailleurs, l'appréciation des démarches entrepreneuriales territorialisées doit être réalisée sous deux angles : du point de vue de leurs modalités effectives et à partir des discours qui sont portés sur elles. La terminologie employée par les porteurs ou les accompagnateurs des projets peut référer à des champs lexicaux distincts alors que leurs fonctionnements sont quasi-identiques. Par exemple, là où certains parlent d'engagements militants face à une économie de marché déshumanisante, d'autres utilisent le vocabulaire de l'entrepreneuriat auquel ils prêtent plus d'efficacité et de sérieux. Pourtant, à l'épreuve de faits, les modalités d'organisation de ces initiatives sont relativement similaires, mêlant bénévolat et emplois salariés, distribution des produits hebdomadaires sur un lieu donné, etc. A ce titre, le choix de ne pas restreindre la recherche à une étude de cas permet de décrire et de comparer des expériences proches sur plusieurs territoires et de noter la récurrence de plusieurs discours qui transcendent les particularités régionales. C'est à la croisée de l'ensemble des informations collectées qu'une description des fonctionnements concrets d'une part et du sens donné par les acteurs à leurs actions d'autre part que se découvre et se comprend le phénomène.

1.2. La phase exploratoire : une étape de découverte animée par la déconstruction des *apriori*

L'approche du terrain s'est effectuée en deux étapes : une phase exploratoire et une autre confirmatoire. La période exploratoire se situe dans les premiers temps de la thèse mais aussi en amont puisqu'une partie de ce sujet a été traité en 2012-2013 dans le cadre d'un master recherche. L'intérêt porté à la question des circuits courts et de proximité alimentaire qui a été traité d'un point de vue académique s'enracine néanmoins bien avant dans une expérience professionnelle de près de huit ans dans ce domaine. Cette immersion a donné lieu à un double constat. Les raisons de l'engagement dans les circuits courts et de proximité alimentaires sont diverses jusqu'à parfois être antagonistes et expliquent la difficulté à organiser rationnellement la transformation et l'acheminement de biens alimentaires des zones rurales vers les bassins de consommation.

Il s'est donc agi de saisir dans le discours des acteurs les zones de consensus autour de la construction d'un objet mobilisateur, en l'occurrence le territoire, tout en faisant émerger les disjonctions et les écarts entre les différents projets. Cette étape, en amont de la présente thèse, a permis d'explorer un secteur, l'agriculture et l'agroalimentaire, qui apparaît comme paradigmatique.

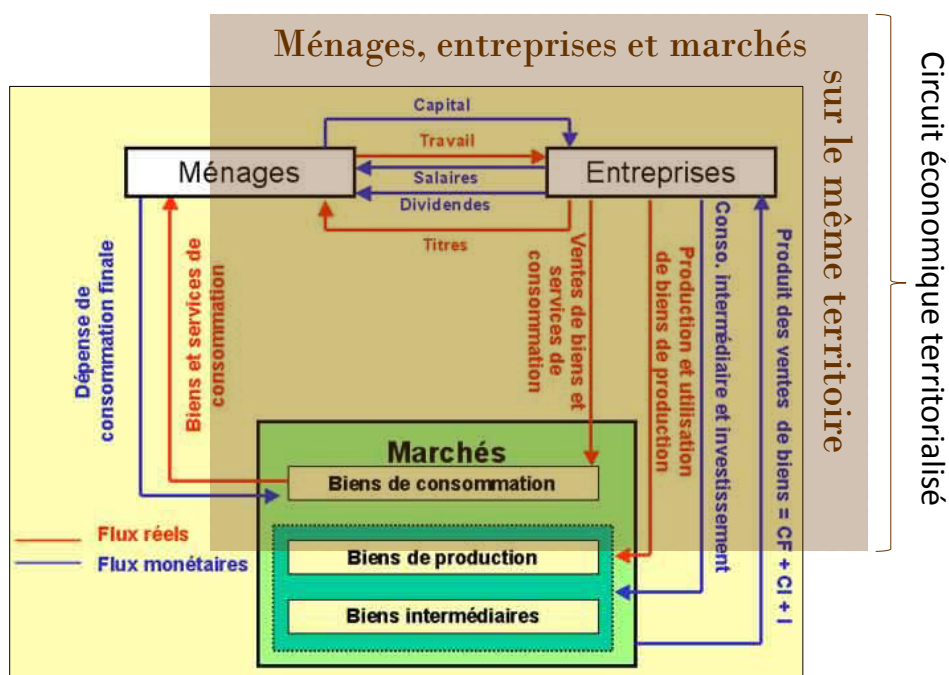
Car en effet, si d'autres domaines sont également touchés par ce phénomène de relocalisation : énergie, confection textile et chaussures, bâtiment, etc., la mise en place d'un circuit entièrement local est moins aisée. Toutefois, dépasser la question du seul secteur de l'alimentation entendait répondre au cahier des charges de la CIFRE (cf. Annexe 2). Celui-ci évoquait en effet la nécessité de « *créer de la valeur locale* » dans la « *perspective d'un Développement Durable des territoires* » grâce à la mise en place « *de circuits courts* ». Dès lors, ce sujet de recherche, très riche et pour le moins étendu, demandait à être précisé : les termes employés renvoyaient à diverses interprétations qu'il s'agissait d'éclairer à la lumière d'une abondante littérature sur la question du lien entreprise et territoire. En somme, « *le premier objectif de l'enquête n'est pas de répondre à des questions mais de découvrir celles qu'on va poser, et il faut, pour cette découverte, du temps.* » (Schwartz, 1993 cité par De Sardan, 1998).

Aussi la première étape a-t-elle consisté à ouvrir largement le champ d'investigation tant du point de vue des recherches bibliographiques que de l'exploration du terrain. Outre une revue exhaustive de la littérature, en particulier sur les circuits courts et systèmes alimentaires, sujet ayant fait l'objet de nombreuses enquêtes, la phase exploratoire s'est appuyée sur le recensement de plusieurs projets et la réalisation de dix entretiens non-directifs (annexe 5.1). Le choix des « cibles » n'a pas été aisé. En effet, comme précisé dans la première partie, la focale de ce travail de recherche est moins l'entrepreneur que l'action entrepreneuriale. A cet égard, ce sont les initiatives qui ont guidé la sélection des acteurs interrogés, associés à un titre ou à un autre à l'émergence d'une démarche entrepreneuriale territorialisée.

1.3. Le repérage de projets insérés dans un circuit économique territorialisés dans trois départements

Le repérage des projets s'est effectué à partir de la place accordée à une ressource locale spécifique et du degré de territorialisation d'un circuit. Une première tentative de détermination des contours du terrain (figure 18)⁹⁸ a consisté en une définition par la négative : sont rejetées hors du champ d'investigation les entreprises qui produisent de la valeur ajoutée à partir de consommations intermédiaires en provenance de l'extérieur du territoire (selon un principe de minimisation des coûts de production) et dont la majeure partie des ventes (la consommation finale) se situe hors du territoire.

Figure 18 : Circuit économique et territoire



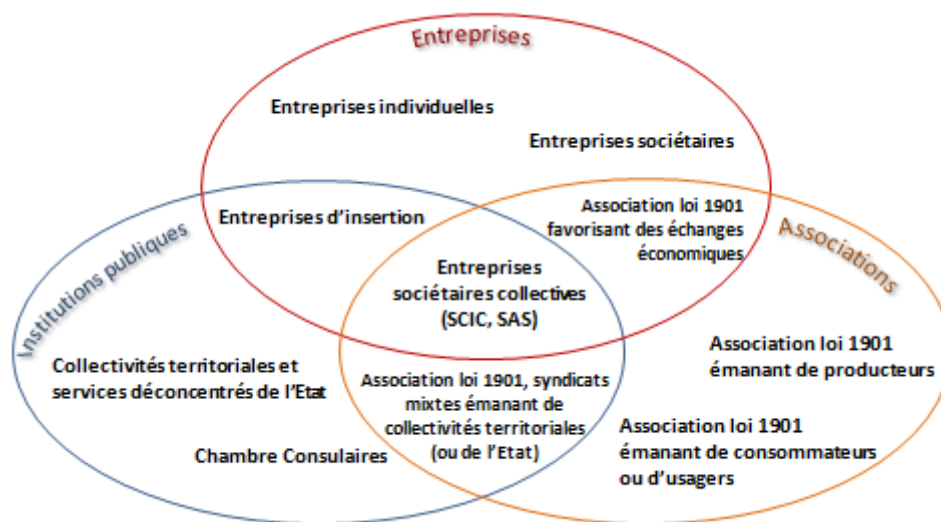
Sont privilégiés les projets à fort ancrage territorial, celui-ci pouvant être défini comme « le processus et le résultat d'interactions entre entreprise et territoire fondés sur la création collective de ressources communes, spécifiques et localisées, permettant une longue période de sédentarité d'une entreprise » (Bousquet, Barbat & Verstraete, 2016).

⁹⁸Réalisée à partir du schéma du circuit économique : <http://public.iutenligne.net/economie/simonnet/circuit/Chapitre-1/Section-1-3.html>

Mais dans le cas présent, nous serions tentés d'ajouter à *fort* ancrage territorial dans la mesure où le phénomène étudié est relativement inédit de part la volonté, d'une part, de privilégier un marché le plus local possible et, d'autre part, de prendre en compte au-delà de la sphère productive, la base de la consommation dans la dynamique entrepreneuriale.

De fait, ce ne sont pas nécessairement des entrepreneurs qui ont été interrogés mais toute structure participant à un titre ou un autre (accompagnement, financement, soutien technique) à la mise en œuvre de ces projets (figure 19).

Figure 19 : statut juridique des structures impliquées dans une démarche entrepreneuriale



Si ce sont nécessairement des individus incarnés dans des structures juridiques qui sont identifiés, il n'en demeure pas moins que c'est le projet lui-même qui reste central dans l'approche du terrain. Le choix s'est fondé sur le fait que toutes ces initiatives avaient un lien avec le territoire et qu'elles participaient toutes d'une logique de circuit court. Les projets sont ainsi repérés à partir de leur objet qui indique leur ancrage territorial :

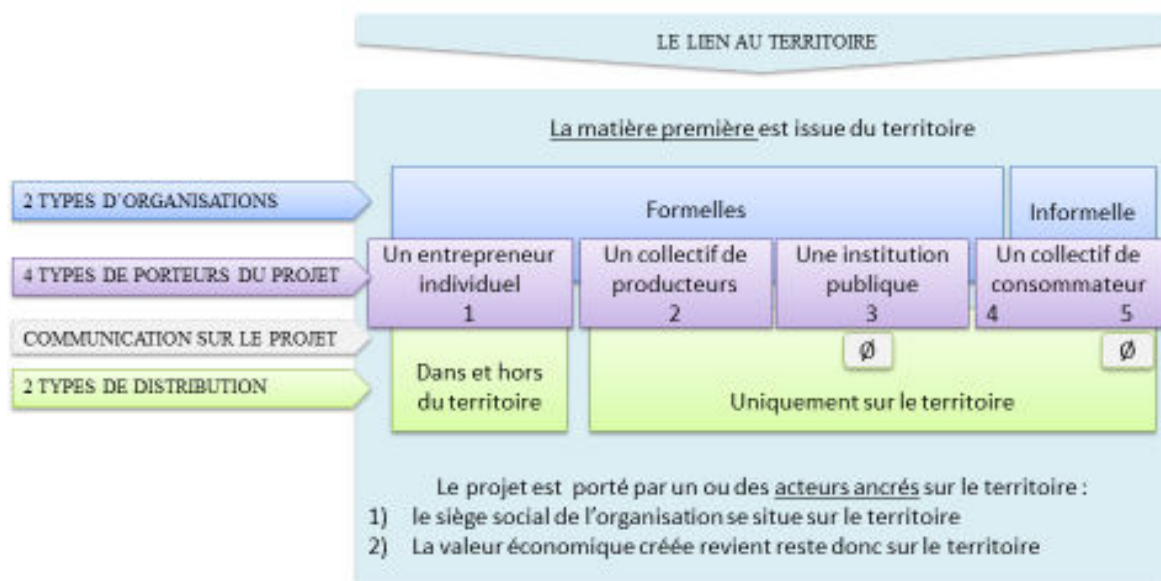
- réintroduction d'une vigne sur une zone côtière par un entrepreneur individuel
- soutien à la création de cinq magasins de producteurs fermiers, contractualisation avec les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) pour la valorisation de produits fermiers locaux, organisation de marchés de plein vent
- structuration d'une offre et d'une demande pour l'introduction de denrées alimentaires produites localement pour la restauration collective scolaire

- association de consommateurs regroupant environ 35 producteurs et 750 familles liés par un engagement contractuel hebdomadaire
- organisation informelle de consommateurs pour grouper les achats.

En première intention, le schéma ci-dessous (figure 20) propose de fournir des critères de ressemblances : les points communs (en haut et en bas) et de dissemblances : les spécificités (au centre) apparus a posteriori :

- quatre organisations ont un statut juridique, une est informelle ;
- trois ont un outil de communication (site Internet et dépliants), deux n'en a aucun ;
- une entreprise commercialise ses produits dans et hors du territoire, quatre ont mis en place des circuits exclusivement territorialisés.

Figure 20 : Critères de choix des démarches entrepreneuriales territorialisées



1.4. Dix entretiens non-directifs : 4 individuels et 4 en binôme

La passation des entretiens exploratoires s'est déroulée selon les canons classiques de l'enquête qualitative (Charmillot & Dayer, 2007), c'est-à-dire de manière non-directive afin de ne pas préjuger des intentions des acteurs ou des modalités de fonctionnement des projets. Afin d'obtenir un niveau d'information et un panel le plus large possible, les entretiens ont été menés sur une durée minimale de 1 heure 30 et jusqu'à 2 heures environ auprès d'acteurs ayant des statuts différents (Tableau 1. Pour plus de détail voir Annexe 5 : Tableau des entretiens exploratoires) :

Tableau 1 : Classement des personnes interrogées

<p>-des entrepreneurs <i>stricto sensu</i> :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 gérant d'entreprise dans le domaine viticole et le conseil ayant débuté son activité un an auparavant ▪ 1 exploitant agricole et président d'une organisation agricole engagé dans la commercialisation en circuits courts
<p>-des usagers /consommateurs :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ membres du bureau d'une fédération d'associations de consommateurs ▪ 1 membre fondateur d'un collectif de consommateurs organisés en groupement d'achat informel démarrant son activité
<p>-des salariés de structures :</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 cuisinier-formateur impliqué dans une démarche de mise en œuvre de marchés en gré à gré pour la restauration collective ▪ 2 coordinateurs de deux organisations de producteurs, regroupées dans une fédération, accompagnant la mise en place de divers projets de commercialisation : magasins, marchés, plateformes de distribution, etc. dont plusieurs projets sont en phase d'émergence ▪ 1 directeur et 1 chargé de mission pour la structuration et l'accompagnement de l'entrepreneuriat dans une structure de gestion des exploitations agricoles.

*

Un va-et-vient constant entre état de l'art et terrain a permis de mettre en exergue un phénomène nouveau qui dépasse à la fois le cas de l'entrepreneur individuel qui œuvre à valoriser les ressources de son territoire et celui de la création collective d'une offre. Il s'agit de s'intéresser à des démarches entrepreneuriales dont l'impulsion peut être tantôt le fait d'un individu, tantôt d'un collectif, qui se définit dans le cadre d'une structure juridique publique ou privée mais dont la particularité est de tendre vers une relocalisation du circuit économique (circuit de proximité). Mais, avant d'approfondir davantage l'approche du terrain en tant qu'instance épistémique et de décrire la méthodologie utilisée, le terrain en tant qu'entité spatio-temporelle présente des spécificités qu'il convient de mettre à jour.

2. Le territoire comme actant

Le territoire constituant l'une des pierres angulaires de la démonstration, une présentation des caractéristiques géographiques, culturelles, politiques, sociales paraît indispensable pour saisir le contexte dans lequel se déploient les actions entrepreneuriales.

La forme choisie est celle de la cartographie : les cartes présentées, issues de sites officiels ou de travaux scientifiques, sont parfois retravaillées par un logiciel d'images afin de cibler la zone des trois départements. Le recours au site de l'Observatoire des territoires⁹⁹ offre la possibilité de produire des cartes selon des critères préétablis en termes géographique (resserrage à des zones administratives définies) et socio-économiques (population, revenu, chômage, etc.). Si les informations fournies ne doivent pas être considérées comme explicatives ou causales (Volvey, 2003), elles représentent néanmoins des photographies instantanées d'une situation singulière.

2.1. Des territoires administratifs aux territoires culturels

La recherche se déroulera sur une zone géographique composée de quatre territoires situés dans trois départements : les Pyrénées Atlantiques, les Hautes-Pyrénées et le Gers (Figure 21).

Figure 21: Le terrain d'étude de la thèse



Le choix du terrain de la thèse, qui découle de la commande de l'entreprise, le CAMPG, ancre la problématique dans un contexte sociogéographique déterminé. Conventionnellement, les limites administratives servent le plus souvent de référence (les caisses locales du Crédit Agricole se sont par exemple constituées¹⁰⁰ par superposition aux frontières officielles des départements). Une première présentation s'attache donc à situer le terrain de la thèse à partir de ces frontières politiques et administratives, tant d'un point de vue infra que supra-territorial (figure 22).

⁹⁹ <http://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/observatoire-des-territoires/en/node>

¹⁰⁰ Bien que parfois ces frontières sont redéfinies au grès de l'histoire et du contexte local comme en atteste la ligne de partage floue entre les caisses Pyrénées Gascogne et Aquitaine, à cheval sur les Landes et le Gers.

Il convient de préciser que la zone étudiée se situe dans un contexte administrativo-politique actuellement en mutation avec le passage de 27 régions (1956-2015) à 18 à compter du 1^{er} janvier 2016. La thèse ayant commencée en 2013, les acteurs publics interrogés appartenaient à l'ancien découpage.

Figure 22: Découpages administratifs des Régions Aquitaine et Midi-Pyrénées et des Grandes Régions Nouvelle-Aquitaine et Occitanie

et des départements¹⁰¹



et Etablissements Publics de
Coopération Intercommunales¹⁰²



xxxx Limites des Régions avant 2016

Pourtant, ces territoires organisés, qui à un titre ou à un autre prennent place dans des démarches entrepreneuriales territorialisées, ne peuvent pas toujours, en raison de leur compétence ou de leur périmètre géographique répondre aux attendus des acteurs de la société civile. Aussi, doit-on noter les tentatives de l'Etat de reconnaître des territoires de projets qui prennent leurs sources dans la volonté de faire coïncider territoires institutionnels et territoire fonctionnels et ce en raison de la désuétude des territoires administratifs datant de la Révolution Française (Taulelle, 2010). Ainsi sont nés les « pays » qui supposent dans le sillage de la loi Pasqua de 1995 « *la communauté d'intérêts économiques et sociaux ainsi que, le cas échéant, les solidarités réciproques entre la ville et l'espace rural* »¹⁰³ tandis que la loi Voynet de 1997 introduit « *le projet commun de développement durable* »¹⁰⁴ (Escadafal, 2007). Ce nouveau découpage – adapté ici à la zone qui nous occupe (figure 23) – s'inscrit dans la droite ligne des expériences autour du développement local des années 1960-1970 (cf. Chapitre 1, section 3). Leur constitution répond donc à la double nécessité d'une adéquation des politiques publiques avec l'idée d'un développement « par le bas » lui-même fondé, dans le domaine économique, sur le modèle industriel des Systèmes de Production Localisés remis au goût du jour dans années 1990.

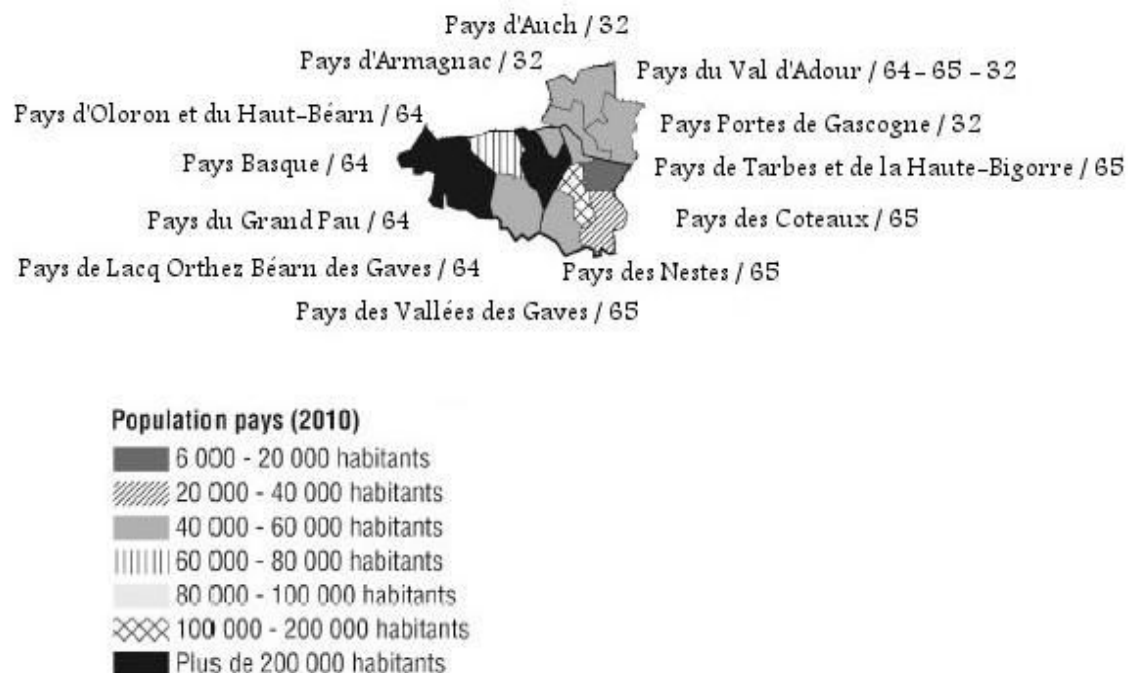
¹⁰¹ Cartes élaborées sur http://carto.observatoire-des-territoires.gouv.fr/#sid=19;i= zon_epci;z=-726460,5915306,1414747,817214;v=map1;sly=f_reg_e_DR;l=fr [consulté le 19 juin 2016]

¹⁰² Cartes élaborées sur http://carto.observatoire-des-territoires.gouv.fr/#sid=19;i= zon_epci;z=-726460,5915306,1414747,817214;v=map1;sly=f_reg_e_DR;l=fr [consulté le 19 juin 2016]

¹⁰³ Référence à la loi Pasqua de 1995

¹⁰⁴ Référence à la loi Voynet de 1997

Figure 23: Découpage des Pays¹⁰⁵



Près de 20 ans après la loi Voynet, les Pays n'ont pas rencontré le succès escompté¹⁰⁶. Cet échelon apparaît toutefois avec force lorsqu'il s'agit d'aborder la question de l'entrepreneuriat territorial.

2.2. Des territoires fondée sur les dynamiques économiques et sociales aux territoires de vie

Toutefois, et dans la mesure où il s'agit de se préoccuper ici des dynamiques économiques en interaction avec des dynamiques sociales, politiques et culturelles, d'autres découpages issus de travaux récents peuvent davantage répondre à notre problématique. Aussi, après avoir utilisé des représentations classiques des territoires administratifs, il sera fait référence à des propositions alternatives telles que celle de Davezies et Talandier (2014) à propos des Systèmes Productivo-Résidentiels ou celles, plus récentes, des territoires de vie¹⁰⁷ dessinés à partir des nouveaux indicateurs de richesses issus de la Commission Stiglitz¹⁰⁸.

¹⁰⁵ Carte réalisée à partir de Taulelle F., 2010. Association de promotion et de fédération des Pays/ETD, 2009

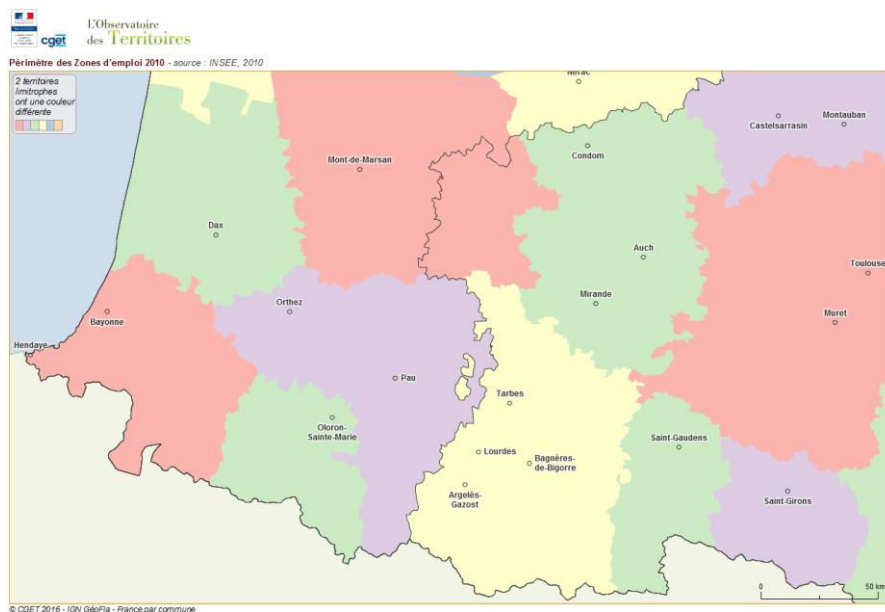
¹⁰⁶ Et cela pour au moins trois raisons : une difficulté à faire concorder le temps des projets, par nature limité, avec l'imposition de territoires définis une fois pour toutes, l'essoufflement des dynamiques de démocratie participative au cœur du projet et enfin la relative absence de reconnaissance et de légitimité de cet échelon territorial tant de la part de habitants que de celle des élus (Tautelle, 2010)

¹⁰⁷ Ces représentations de l'espace sont désormais « institutionnalisées » puisque l'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) et le Commissariat Général à l'Egalité des Territoires (CGET) l'utilisent dans leurs enquêtes.

¹⁰⁸ Le 14 septembre 2009, la Commission Stiglitz rendait public son rapport final. Celui-ci a donné lieu à une loi qui est entrée en vigueur en avril 2014. Elle oblige toutes les services de l'Etat et les collectivités territoriales à rendre compte annuellement de la prise en compte de ses nouveaux indicateurs dans la conduite de leur projet.

Dans la mesure où il s'agit de rendre compte de dynamiques économiques territorialisées, la détermination de zones d'activités productives liées aux espaces résidentiels (Davezies, Talandier, 2014) rend compte des points d'attractivités qui déterminent pour partie au moins, le développement des projets. Les zones d'emplois se définissent comme « *des espaces à l'intérieur desquels la plupart des actifs résident et travaillent* » et « *constituent un découpage du territoire approprié pour étudier le fonctionnement réel du marché du travail local : localisation et caractéristiques de l'appareil productif, caractéristiques et localisation de l'offre de travail et de la demande de travail ...* » (Mas, 2012). Cette segmentation de l'espace a été réactualisée en 2010 (figure 24).

Figure 24 : Les zones d'emploi 2010 (réactualisées) sur les territoires étudiés¹⁰⁹

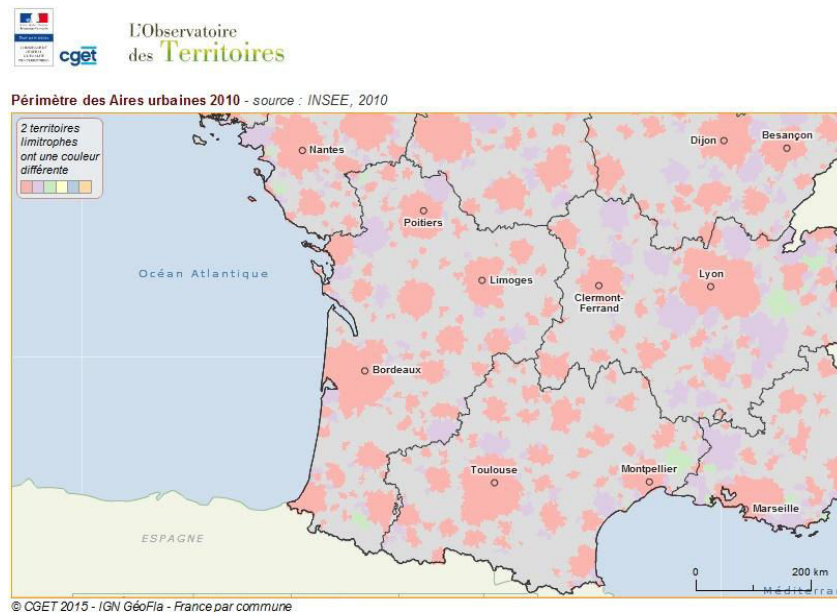


Ainsi redéfinis, les territoires sur lesquels repose le travail de recherche s'établissent autour de sept zones d'emplois : Bayonne, Pau, Oloron-Sainte-Marie, Tarbes-Lourdes, Auch, Mont-de-Marsan, Toulouse. Ces zones d'emplois prennent le nom d'une ville, considérée comme « *noyau productif* » (Davezies, Talandier, 2014, p.68), qui comprend en réalité un ensemble plus vaste constitué par elle-même et les communes limitrophes.

¹⁰⁹ Carte redimensionnée à partir de http://carto.observatoire-des-territoires.gouv.fr/#v=map1;i=zon_ze;l=fr;z=-206225,5491142,379779,230044

Cet ensemble constitue des aires urbaines¹¹⁰ (Figure 25) situées, pour les cinq premières, à l'intérieur du territoire retenu tandis que les deux dernières, à l'extérieur, ont une influence, quoique faible, sur les zones rurales qui constitue le terrain.

Figure 25 : Les zonages aires urbaines 2010¹¹¹

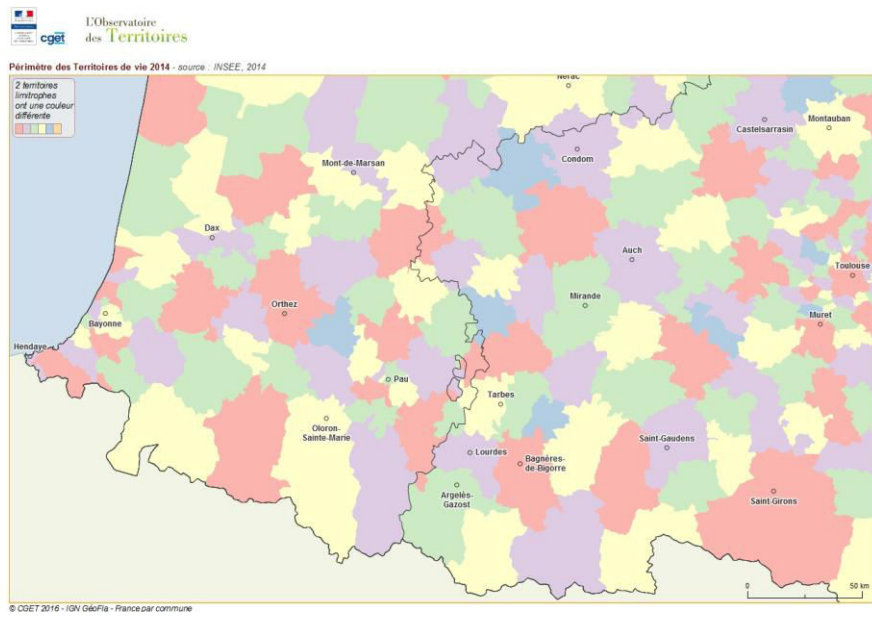


Désormais, les fonctions résidentielles l'emportent sur les fonctions productives. Il faut dès lors considérer les territoires de vie (figure 26) qui sont quant à eux des zonages dessinés à partir de l'idée de qualité de vie (Reynard & Vialette, 2014). Ils sont fondés sur des notions relatives à des critères individuels (revenus, niveau de diplôme, logement, etc.) et d'autres dimensions de bien-être relevant davantage des aménités, c'est-à-dire des éléments de l'environnement qui ne sont ni appropriables, ni quantifiable en termes de valeur monétaire (Jany-Catrice, 2016). Ce redécoupage de l'espace intervient à la suite des réflexions de la Commission Stiglitz pour de nouveaux indicateurs de richesses.

¹¹⁰ « Une aire urbaine ou "grande aire urbaine" est un ensemble de communes, d'un seul tenant et sans enclave, constitué par un pôle urbain (unité urbaine) de plus de 10 000 emplois, et par des communes rurales ou unités urbaines (couronne périurbaine) dont au moins 40 % de la population résidente ayant un emploi travaille dans le pôle ou dans des communes attirées par celui-ci. » in INSEE, Définitions, méthodes et qualité http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=zonages/aires_urbaines.htm

¹¹¹ http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=4&ref_id=17895#inter1

Figure 26 : Les territoires de vie¹¹²



Aussi, aux territoires administratifs et aux territoires des dynamiques économiques peuvent encore être ajouté d'autres découpages qui apportent des éléments de compréhension à la problématique de ce travail de recherche. La notion des territoires de vie vient apporter une contribution nouvelle à une autre qui a connu un certain succès à la fin des années 1990, celle des territoires culturels. Elles renvoient davantage, et de deux manières différentes, à la question des territoires vécus.

2.3. Des territoires sans métropole

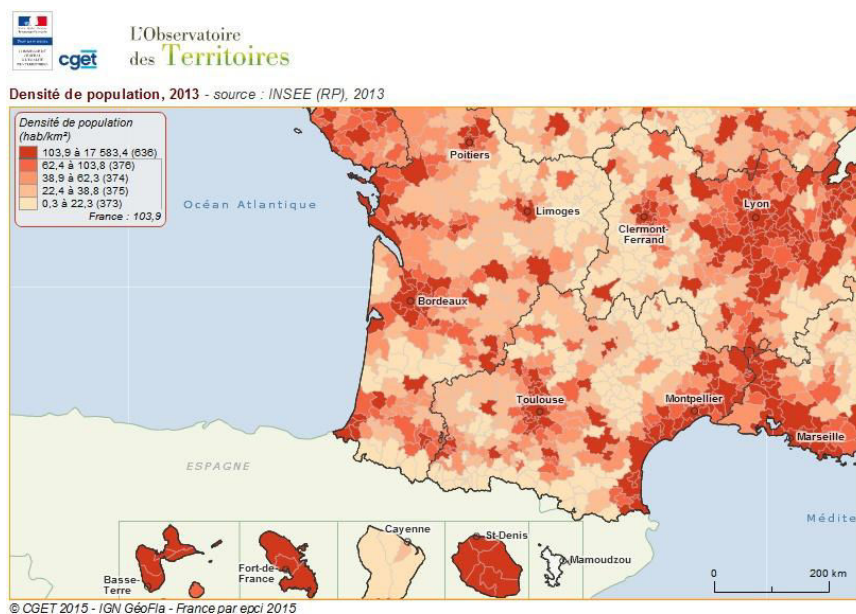
Dans le cas des démarches entrepreneuriales territorialisées, l'articulation du milieu rural avec le monde urbain représente un enjeu d'importance. Le territoire français est de plus en plus sous influence de la ville : celles-ci occupent 46.1% du territoire contre 30% il y a dix ans et regroupent 39.2% de la population¹¹³ et les grandes tendances actuelles prévoient une croissance des grandes aires urbaines. Deux facteurs principaux expliquent cette évolution : les emplois se concentrent et augmentent dans les grands pôles urbains tandis que l'affaiblissement du taux d'activité dans les communes hors des grandes aires urbaines s'accroît. Dans ce contexte très marqué par l'urbanité, le monde rural ne dépérit pourtant pas.

¹¹² http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=4&ref_id=17895#inter1

¹¹³ INSEE, 2011, "Le nouveau zonage en aires urbaines 2010. Poursuite de La périurbanisation et croissance des grandes aires urbaines." *INSEE première*, n°1375.

La baisse continue de la population depuis le XIX^e siècle s'est arrêtée dans les années 1990 et un accroissement du nombre d'habitants dans certaines zones rurales est désormais visible. Ce phénomène dit de la « renaissance rurale » est marqué par de fortes disparités : les territoires qui bénéficient de la proximité d'un pôle urbain gagnent des habitants¹¹⁴ (Est du Gers, Pays Basque intermédiaire, ceinture paloise et tarbaise) tandis que les autres voient leur population se stabiliser (figure 28).

Figure 27: Densité de population sur les EPCI



On assiste à la fin à la bipolarisation de l'espace urbain/rural pour passer de la « juxtaposition » des espaces à leur « empilement ». L'accroissement des mobilités engendre une transformation de l'usage du rural qui n'est plus seulement considéré comme espace productif et agricole mais aussi et comme espace récréatif. Les nouveaux attributs des zones remettent en question la forme de spécialisation spatiale associant le rural et l'agricole en opposition à l'urbain.

*

Dans le cadre de ce travail de recherche articulé à la notion de territoire, le terrain est en même temps une aire géographiquement déterminée et une entité épistémique. Le recours aux cartes a eu pour fonction de proposer une première approche du terrain à partir de quelques éléments de contexte sans autre prétention explicative, seulement comme « *modèle organisateur de l'expérience* » (Volvey, 2006, p.904).

¹¹⁴ INSEE, "Trente Ans de Démographie Des Territoires."

*

Conclusion : le terrain comme entité épistémique et spatio-temporelle

Il s'est agi de mettre en exergue les liens qui peuvent exister entre des acteurs dans un réseau relativement homogène, grâce à un recensement le plus exhaustif possible, sur un territoire restreint et sur cet objet spécifique : les démarches entrepreneuriales territorialisées. Cette recherche a dépassé le cadre des renseignements pouvant être obtenu par les voies classiques que représentent Internet ou les structures d'accompagnement pour entrer dans un travail d'enquête approfondi auprès de plusieurs acteurs, et par recoupement successifs des différentes sources d'informations. Aussi, après que le périmètre d'intervention ait été décrit d'un point de vue sociologique et spatial, les données scientifiques produites ressortiront d'un travail d'observation et d'enquêtes réalisées selon des méthodes qualitatives.

Section 2 – Une approche qualitative : recueil des données, analyse thématique et linguistique

Cette partie est consacrée à la méthodologie mise en œuvre dans le cadre de l'enquête de terrain. Si les entretiens qualitatifs semi-directifs constituent le socle fondamental à partir duquel a été réalisée l'analyse de contenu, d'autres sources, basées sur la lecture de documents officiels et officieux, sur la participation à des assemblées et réunions, sur l'observation et la prise de notes. Ces données secondaires garantissent, confirment ou infirment les résultats issus des entretiens. L'ensemble du corpus a fait l'objet d'une analyse de contenu doublée d'une analyse textuelle à l'aide du logiciel TROPES.

1. De la phase exploratoire à la phase confirmatoire : affiner l'approche du terrain et la perception du phénomène

Après avoir expliqué le passage de la phase exploratoire à la construction des grilles d'entretiens selon la méthode de l'analyse thématique, nous décrivons la manière dont l'échantillon a été élaboré avant de détailler son contenu. Ce dernier recense des acteurs participant, à un titre ou à un autre, à la création d'une ou de plusieurs démarches entrepreneuriales territorialisées.

1.1. Les entretiens qualitatifs : de l'exploration à la construction d'une grille d'entretien

A partir des résultats issus d'une analyse thématique des entretiens exploratoires et des documents (Tableau 2), deux grilles d'entretiens distinctes ont été réalisées : l'une à destination des porteurs de projet, l'autre des accompagnateurs de projet (annexe 4). Il est en effet ressorti, lors de la phase exploratoire, qu'outre des entrepreneurs individuels, de nombreux acteurs, publics ou privés, individuels ou collectifs, participaient de la mise en place de ces démarches entrepreneuriales territorialisées. Ils ont été répartis selon qu'ils se présentaient eux-mêmes comme porteurs de projets ou comme structures d'accompagnement de ces initiatives. Cet aspect d'auto-présentation est important car, dans le second cas, les acteurs sont statutairement tenus à un rôle d'accompagnement ou de soutien. Or, dans plusieurs projets rencontrés, ils sont réellement instigateurs d'une démarche entrepreneuriale favorisant la création de nouveaux marchés. Ils participent à structurer la rencontre d'une offre et d'une demande (structuration du marché de la restauration collective, de la distribution d'une énergie produite localement, etc.) ou ils sont à l'initiative de l'émergence d'une nouvelle organisation (outils de production/transformation/commercialisation collectifs).

Tableau 2 : Analyse du contenu des entretiens exploratoires

Thèmes	Extraits
<p>- territoire :</p> <ul style="list-style-type: none"> -géographique -culturel -économique -organisé -comme ressources matérielles 	<p>« <i>la montagne</i> » (E4), « <i>la côte</i> » (E9), « <i>dans les zones rurales</i> » (E1) ;</p> <p>« <i>Pays Basque</i> » (E1, E2, E4, E5, E7, E9), « <i>le Jurançon, l'Irouleguy</i> » (E5), « <i>autour du Pays tarbais</i> », « <i>en Bigorre</i> » (E10) ;</p> <p>« <i>les bassins de consommation</i> » (E6), « <i>mettre en lien les zones de production et de consommation</i> » (E2), « <i>valoriser ces productions</i> » (E6) ;</p> <p>« <i>partenaires</i> » (E10), « <i>avec les élus</i> » (E4, E9), « <i>les collectivités territoriales</i> » (E3), « <i>beaucoup d'associations et des entreprises</i> » (E7) ;</p> <p>« <i>valoriser les ressources du territoire</i> » (E7), « <i>une démarche locavore</i> » (E8), « <i>des races et des semences autochtones</i> » (E6)</p>
<p>- valeurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> -au sens sociologique et philosophique -au sens économique 	<p>« <i>défendre des valeurs</i> » (E2, E8), « <i>valeurs</i> » (E3, E5, E7), « <i>la solidarité</i> » (E1, E7, E9), « <i>coopérer</i> » (E10) ; « <i>s'engager</i> » (E2)</p> <p>« <i>créer de la valeur pour les territoires</i> » (E7), « <i>la valeur doit revenir aux paysans</i> » (E3), « <i>80% de la valeur produite disparaît</i> » (E5) ;</p>
<p>-notions économiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> -macro -micro 	<p>« <i>faire se rencontrer l'offre et la demande</i> » (E5), « <i>les producteurs</i> » (E3, E4), « <i>les consommateurs</i> » (E1, E2, E3, E7, E9), « <i>des débouchés</i> » (E9, E10) ;</p> <p>« <i>entreprises</i> » (E9, E10), « <i>vente</i> » (E4, E9), « <i>rentabilité économique</i> » (E9), « <i>partie commerciale</i> » (E5) ; « <i>modèles économiques</i> » (E10) ;</p>
<p>-notion transversale de projet</p>	<p>« <i>projet(s)</i> » (E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9, E10), « <i>créer des structures</i> » (E4), « <i>toujours se projeter</i> » (E10), « <i>repenser de nouvelles façon de faire</i> » (E1).</p>

Cette première analyse thématique se décompose en grands axes qu'il s'agit de rendre congruents avec la problématique de ce travail de recherche.

La première grille d'entretien (Annexe 4 / 4.1- Grille d'entretien des porteurs de projets) se divise en quatre parties :

- le descriptif général du projet et du modèle économique : présentation de l'activité, origine du projet, élément(s) déclencheur(s), soutien(s) du projet, modèle économique ;
- les ressources matérielles et les impacts sur le territoire : ressources matérielles, circuits d'approvisionnement / de distribution, impact sur le territoire,
- les réseaux d'appartenance : ressources institutionnelles, affiliation(s) verticale(s) et horizontale(s) ;
- l'accompagnement financier et technique du projet : ressources financières, type et caractéristique de la structure d'accompagnement, nature de l'accompagnement.

La deuxième grille d'entretien (Annexe 4 / 4.2) : Grille d'entretien des accompagnateurs de projets) compte trois sections :

- les dispositifs d'accompagnement : présentation de la structure et type d'accompagnement ;
- les réseaux d'appartenance et les impacts sur le territoire : logique partenariale et de réseau, affiliation(s) et impact sur le territoire, les liens avec les organismes de financement des projets ;
- les évolutions et les améliorations.

1.2. Elaboration de l'échantillon et choix des personnes interviewées

La constitution de l'échantillon s'est fait selon la méthode de la théorie des réseaux qui récuse l'idée de catégories sociales construites *a priori*. Les groupes sociaux résultent moins de caractéristiques fondées sur des critères : âge, Catégories Socio-Professionnelles, métiers, etc. que de l'existence de relations effectives entre les différents maillons qui constituent un réseau (Mercklé, 2016). Le fil conducteur des rencontres s'est tissé à partir des prescriptions des différentes personnes contactées, la réalisation des interviews se déroulant de fil en aiguille : une structure nous a engagés à en rencontrer une autre, un individu nous a conduits à nous intéresser à un nouveau projet. Ce n'est donc pas la nature intrinsèque des acteurs qui a guidé nos choix mais plutôt leurs connaissances, leur rapport à un ou plusieurs projets.

Une idée et son développement peuvent effectivement être le fait d'un individu. Il peut s'agir d'une personne ayant quitté son emploi avec une rupture conventionnelle lui permettant d'être à l'abri du besoin sur une période assez longue ou d'une personne, en contrat aidé, qui cherche à développer un projet de nature économique au sein d'une association, tente de développer un. Il peut s'agir enfin d'une personne salariée qui souhaite consacrer du temps à la création d'une structure *ad hoc* à laquelle il prend part. On interrogera enfin des personnes travaillant dans des structures et dont la fonction consiste à soutenir, organiser l'accompagnement, proposer des financements pour la mise en œuvre de circuits économiques territorialisés. On se départit ainsi d'une perception trop restreinte de l'entrepreneur qui se définit à partir de son statut, de sa propension à prendre des risques ou de sa volonté d'indépendance.

Le risque d'une telle méthode d'approche du terrain (qui est souvent qualifiée de méthode « boule-de-neige ») réside dans le fait de s'enfermer dans un réseau relativement clos sur lui-même. Cet écueil peut être dépassé de trois manières. Tout d'abord, le fait de circonscrire les recherches à un territoire permet de toujours approfondir la diversité des acteurs autour d'un objet commun sur un espace géographique défini. Ensuite, la découverte d'un nouveau réseau peut passer par le déplacement de la focale sur un nouveau secteur : l'alimentation, l'énergie, le bois, le recyclage de déchets industriels, etc. Enfin, de nouveaux acteurs et de nouveaux projets peuvent être découverts lors de colloques et de rencontres qui traitent de thèmes approchant le sujet des démarches territorialisées : l'économie circulaire et de la fonctionnalité, l'innovation sociale, la gouvernance alimentaire, les entreprises et le Développement Durable, etc.

1.3. Trente-quatre entretiens, cinquante démarches entrepreneuriales et une focale sur soixante-dix-sept initiatives

Au final, aux dix entretiens exploratoires ont succédé trente-quatre entretiens de recherche réalisés entre décembre 2014 et juin 2016 (Annexe 5) dans la perspective d'une approche compréhensive. En référence à l'une des trois possibilités offertes par la méthode qualitative, ils ont été menés de manière semi-directive, c'est-à-dire à partir de questions ouvertes qui laissent libre-court à l'expression des acteurs mais qui suivent néanmoins une trame pré-établie par le guide d'entretien (Charmillot & Dayer, 2007). Ils ont été conduits en face-à-face avec une, deux, voire parfois trois individus.

Si, dans le second cas, les conditions de passation peuvent formellement être associées à un entretien dit collectif – données discursives recueillies pour être analysées selon des objectifs de recherche prédéfinis et présence d’au moins deux personnes (Duchesne & Haegel, 2004) – le caractère non systématique de cette démarche dans ce travail de recherche ne permet pas de revendiquer à proprement parler cette méthodologie.

Les personnes interrogées ne sont pas nécessairement des entrepreneurs au sens strict mais participent à l’émergence, à la structuration et au développement de démarches entrepreneuriales territorialisées à partir d’une fonction particulière : producteur indépendant, consommateur, salarié, etc., et du lien qu’elles entretiennent à ce projet, porteur ou accompagnateur (annexe 5). Aussi les acteurs sont distingués selon :

- qu’ils portent un projet en tant qu’entrepreneur, usager, consommateur ou bénévole (au sens où l’individu n’a pas d’intérêts directs ni comme producteur ni comme acheteur)
- qu’ils accompagnent ou sont initiateurs de démarches, en qualité d’animateur ou de coordinateur dans une organisation privée ou en tant que chargés de mission dans une structure publique ou parapublique. Une difficulté supplémentaire réside dans le fait qu’un certain nombre de personnes interrogées cumulent des fonctions professionnelles et sociales, comme par exemple, le fait d’être chef d’entreprise et membre d’un Conseil d’Administration dans une Chambre Consulaire ou d’une association.

En résumé, vingt-sept entretiens individuels, cinq binômes et un trio ont été réalisés (Tableau 2) avec :

Tableau 2 : Classement des personnes interrogées

<p><u>18 porteurs de projets</u> dont la structure juridique est (ou projetée d’être) une entreprise individuelle, sociétaire ou une association :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 11 entrepreneurs <i>stricto sensu</i> ; ▪ 3 usagers/consommateurs ; ▪ 4 salariés d’une structure publique ou parapublique en charge du développement d’un projet de territoire 	<p><u>16 chargés d’accompagnement et de soutien à des projets</u> dont la structure juridique est une association ou un organisme public ou parapublic :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 9 structures accompagnant essentiellement des démarches collectives et dédiée à leurs membres ; ▪ 7 structures accompagnant tout type de projets entrepreneuriaux.
---	--

Ces trente-quatre entretiens ont mis en évidence cinquante projets ou démarches entrepreneuriales territorialisées (Annexe 6), certaines personnes interrogées ayant évoqué leur participation à deux voire à trois initiatives ou plus. Une focale sur un secteur, l'agro-alimentaire, sur un territoire donné, le Pays Basque, a constitué un élément de référence concernant la construction d'un réseau composé de soixante-dix-sept structures. Ces dernières ont fait l'objet d'une recherche approfondie à partir de ressources documentaires et d'échanges informels.

1.4. L'observation et les sources secondaires en complément

Aussi, outre le matériau principal que représentent les retranscriptions et leur analyse, les informations proviennent également de rencontres lors de réunions, d'événements, de journées d'animation scientifique organisées dans le cadre de la CIFRE, etc. et de la lecture de documents de nature diverse. La méthode ethno-méthodologique de l'observation participante, lors de colloques, de réunions d'informations publiques ou plus confidentielles, d'ateliers, etc. apporte des éléments complémentaires sur la nature des projets, leur lien au territoire et les rapports qui se sont établis entre les acteurs et leurs engagements réciproques. En effet, si les relations entre des structures et/ou des individus peuvent être formellement définies (associations, contrats), ces dernières peuvent cacher des dissensions importantes en termes d'objectifs du projet, de valeurs défendues mais aussi de défection de certains acteurs en dépit de leur inscription contractuelle. *A contrario*, des relations fortes et des visions communes peuvent exister entre des acteurs sans qu'ils ne soient liés par des liens officiels. Cette méthode d'enquête permet de recueillir des phrases déclarées spontanément qui ne l'auraient pas été dans le cadre formel de l'entretien. Bien entendu dans le cadre déontologique du travail de recherche, ces informations seront rendues parfaitement anonymes. Enfin, la troisième source de données s'appuie sur les documents écrits : affiches, sites Internet, tracts de communication interne ou externe, rapports d'activités, inscription au journal officiel, etc. Glanés tout au long de l'immersion sur le terrain, ces supports constituent des ressources à la fois riches et complexes. Riches car s'intéresser aux textes élaborés par les porteurs de projets permet d'accéder à leur mise en mots. Engagés sur des temps plus ou moins long, entre l'idée et la construction réelle du projet, des acteurs divers participent à l'élaboration d'une organisation, de l'entrepreneur individuel qui, après avoir suivi un cursus d'accompagnement, va chercher des financements à l'émergence d'un collectif complexe de consommateurs et/ou de producteurs en lien, ou pas, avec des structures publiques.

Les références, même implicites, auxquels les projets écrits renvoient, fournissent des indices sur la construction d'une démarche et permettent d'approfondir les entretiens. Lors de la phase exploratoire, il est clairement ressorti que la connaissance plus ou moins fouillée d'un domaine, d'un objet, d'un métier, etc. avait une importance considérable pour obtenir l'information. Des savoirs approximatifs mettent l'interviewé et le chercheur dans une position d'asymétrie¹¹⁵ (usage d'un vocabulaire profane fait de sigles, référence à des événements phares non compris par le chercheur, etc.) et peuvent provoquer des incompréhensions voire une absence de relances à des moments clefs. A l'inverse, une bonne connaissance des acteurs, des projets, des alliances et des inimitiés, en somme des territoires, permet d'éviter certaines erreurs. Enfin, ces documents (et parfois même leur absence !) permettent aussi de mesurer l'écart, dans un sens ou dans un autre, entre un projet et sa réalité effective. En effet, les démarches peu structurées peuvent s'appuyer sur une communication excessive, eu égard à sa réalité sociale et économique, tandis qu'à l'inverse, il peut être très difficile de se documenter sur des projets d'envergure. Il est d'ailleurs à noter ce rapport très singulier de chaque initiative à la communication, de l'abus de son usage à son inexistence totale.

*

En fin de compte, cette recherche porte à la fois sur des structures qui soutiennent des projets et sur les projets eux-mêmes. Les acteurs peuvent être catégorisés selon leur statut (ou sur le statut projeté si le projet est en cours d'élaboration), leur place dans le projet, leur fonction et le territoire d'implantation. L'enquête de terrain a ainsi donné à un corpus dense basé sur des entretiens formels, le recueil d'informations officielles et la prise de note dans le cadre d'une observation participante.

2. Analyse de contenu et analyse notionnelle

Conformément aux attendus d'une démarche qualitative fondée sur des entretiens, des observations et des documents, les données recueillies ont fait l'objet d'un traitement selon deux méthodes : une analyse de contenu et une analyse linguistique.

¹¹⁵ Martine Hlady Rispal (2009) fait des remarques analogues sur une recherche conduite en sciences de gestion sur les institutions de l'Economie Sociale et Solidaire

2.1. Analyse de contenu et usage des *verbatim*s

En première intention, le matériau recueilli a fait l'objet d'une analyse thématique. Cinq thèmes principaux eux-mêmes composés de sous-thèmes (tableau 3) ont été extraits :

Tableau 3 : Thèmes et sous-thèmes issus de l'analyse de contenu

<p><u>Thème 1</u> : Les conditions d'émergence des démarches entrepreneuriales territorialisées</p> <ul style="list-style-type: none">- sous-thème 1.1 : externes : libéralisation vs réglementation- sous-thème 1.2 : interne : division internationale du travail et nécessité d'une responsabilité sociale et environnementale des entreprises vs réintégration territoriale <p><u>Thème 2</u> : Discours et fonctionnement des démarches entrepreneuriales territorialisées</p> <ul style="list-style-type: none">- sous-thème 2.1 : sociétal vs entrepreneurial- sous-thème 2.2 : tradition et technologie- sous-thème 2.3 : standardisation vs spécification <p><u>Thème 3</u> : Mode de gouvernance des démarches entrepreneuriales territorialisées</p> <ul style="list-style-type: none">- sous-thème 3s.1 : gouvernance verticale vs gouvernance horizontale- sous-thème 3.2 : somme des intérêts individuels vs consensus collectif <p><u>Thème 4</u> : Affiliation, réseau, partenariat</p> <ul style="list-style-type: none">- sous-thème 4.1 : réseaux horizontaux territoriaux et réseaux trans-territoriaux- sous-thème 4.2 : concurrence vs coopération (partages d'expériences, bonnes pratiques) <p><u>Thème 5</u> : Modèles économiques des démarches entrepreneuriales territorialisées</p> <ul style="list-style-type: none">- sous-thème 5.1 : développement exogène vs développement endogène- sous-thème 5.2 : création de valeur économique vs économie des ressources (« dé-crétion » de valeur) et création d'autres types de valeurs- sous-thème 5.3 : création de valeur économique pour l'entreprise vs création de valeur économique pour le territoire
--

L'ensemble de ces thèmes a donné lieu (1) à la description des projets à partir d'une approche réseau et (2) à une analyse des discours et des fonctionnements de ces derniers. Le choix de fonder et d'illustrer notre propos par des *verbatim*s renvoie à Franz Boas (1943 cité par De Sardan, 1998) qui a insisté sur la nécessité de leur usage : *“if it is our serious purpose to understand the thoughts of a people, the whole analysis of experience must be based on their concepts, not ours”*. Boas a tiré d'importantes conclusions méthodologiques, puisqu'il est sans doute le premier à avoir préconisé la transcription exacte et intégrale des discours et propos des informateurs (*verbatim text*).

Le recueil et l'analyse de données discursives et de données de recension renvoient à l'opposition entre démarche émiqque et démarche étiqque (Vinsonneau, 2003). Ce débat qui a particulièrement agité le champ de l'anthropologie (De Sardan, 1998), intéresse aussi les chercheurs en science de gestion lorsqu'ils usent de méthodes qualitatives (Charton-Vachet & Lombart, 2015). Est-il plus « scientifique » de fonder sa recherche en se positionnant à distance du terrain par une observation surplombante en ayant recours à des comptages et des éléments chiffrables (posture étiqque¹¹⁶) ou, au contraire, doit-on retranscrire strictement les propos tenus par les acteurs qui impriment les éléments d'une culture (posture émiqque¹¹⁷) ? Cette question reste encore aujourd'hui problématique puisque « *le recueil de discours ou de représentations émiqques n'est pas une collecte, mais implique évidemment que des interprétations du chercheur aient été incorporées dans le dispositif de recherche et de sollicitation des informations indigènes, ne serait-ce que sous la forme même des questions qu'il se pose, et donc qu'il pose (hypothèse, sujets d'intérêt, sans parler même de ses préconceptions). Toutes stratégies de recherche sur le terrain est à interprétation intégrée* » (De Sardan, 1998). Aussi, afin de parfaire l'appréciation du chercheur vis-à-vis de son terrain, les discours proférés par les personnes interrogées et les documents rédigés par les organisations doivent nécessairement être complétés par des observations réalisées sur des temps informels et être soumis à des discussions avec d'autres interlocuteurs, chercheurs ou non.

En d'autres termes, s'il faut entendre le discours oral et écrit des acteurs, ce dernier doit être replacé dans des contextes particuliers. Il s'agira, dans ce travail de recherche, de spécifier les motivations propres aux initiatives territorialisées. Toutefois, les résultats de recherche en termes de typologies des motivations, s'ils peuvent être heuristiques, risquent, dans notre cas, de ne pas rendre compte de la réalité complexe des démarches entrepreneuriales territorialisées. En effet, des motivations similaires ne se traduisent pas forcément par des logiques d'action identiques. Les projets se construisent dans un environnement mouvant où les acteurs traditionnels du développement économique – les entrepreneurs, les institutions qui les représentent ainsi que les institutions financières – sont bousculés par de nouvelles formes d'organisation et de financement. Ces dernières génèrent une dilution des frontières entre les fonctions prescrites habituellement et ce qui est maintenant attendu. Chaque protagoniste doit faire face à une redéfinition des attributions en termes de compétences dans un contexte d'incertitude en l'absence de référentiels ou critères adaptés.

¹¹⁶ Observations des faits et des comportements humains à distance des acteurs qui participent au processus.

¹¹⁷ Adoption du point de vue des acteurs et recueil des significations autochtones

2.2. Usage d'un logiciel d'analyse linguistique

Outre l'extraction de verbatim significatifs, toutes les interviews, une fois retranscrites, ont été passées au crible du logiciel d'analyse notionnelle TROPES¹¹⁸ permettant de rendre compte de la récurrence et des accointances entre mots et groupes de mots. De nombreux outils numériques existent et peuvent être classifiés selon les fonctionnalités, les courants théoriques sous-jacents et le caractère automatique/automatisé de la démarche. Dans le cadre de cette recherche, le logiciel TROPES sert à analyser des discours, plus précisément le segment propositionnel du discours, à partir d'une démarche automatique ou partiellement automatique. Concernant les principes généraux, il n'y a aucun processus de codage, c'est-à-dire que ce n'est pas le chercheur qui va décider que tels mots sera associé à tel autre. Pour TROPES, le texte est un ensemble de propositions, la proposition étant « *un verbe qui relie des termes entre eux en leur attribuant une propriété* ». Un verbe met en relation un actant et un acté avec souvent un élément circonstanciel permettant de situer l'action. Le logiciel fonctionne par différents niveaux de généralités qui s'emboîtent comme des poupées russes. A partir des substantifs, il crée des univers sur la base de scénarios existants ou à construire (nous avons élaboré des scénarii pour faire émerger les récurrences notionnelles) et appréhende le texte à partir de plusieurs niveaux de généralisation : mots, classes, univers de référence 2, univers de référence 1, ce dernier étant le niveau de généralité le plus élevé. L'analyse du discours par le logiciel induit au préalable une analyse thématique qui permet l'élaboration de scénarii.

Les observations et les données chiffrées permettent d'apporter des éléments de contexte afin de ne pas désincarner les propos tenus. Les mots, les expressions employées par les acteurs de manière orale ou écrite doivent être appréhendés dans un discours global et mis à l'épreuve de l'action. En effet, derrière un même terme peuvent se « cacher » plusieurs sortes de réalisations concrètes. Et, alors plusieurs types d'entreprises qui peuvent n'avoir que très peu de choses en commun. L'exemple du terme agroécologie est significatif. Présent dans les discussions des organisations agricoles majoritaires (recension de terrain au Salon de l'agriculture de Tarbes, 7 mars 2015), ce thème a été initié par des organisations issues des mouvements sociaux, en particulier Terre et Humanisme, critiques de l'industrialisation et la conventionnalisation de l'agriculture biologique.

¹¹⁸ Cours de l'université de Mons, « Utilisation du logiciel TROPES » Antoine Derobertmaure consulté le [14, 15, 16 mai 2016] sur youtube

Il s'est ensuite diffusé à partir de 2012 avec l'arrivée de Pascal Canfin au ministère de l'Agriculture, membre d'Europe Ecologie-Les Verts, pour devenir une politique publique. Il est désormais réapproprié par les groupes d'agriculteurs éloignés des référentiels de l'agriculture alternative notamment sous le vocable de « triple performance ». De fait, si un même mot peut être utilisé par les interviewés, il peut référer à des conceptions différentes voire parfois antagonistes que le chercheur doit être en mesure de repérer.

*

La masse d'informations recueillie sur le terrain doit faire l'épreuve d'une mise en ordre ; elle doit être rangée, classée afin que s'ordonnent le sens des mots et des faits à l'aune de la problématique. L'analyse de contenu, d'une part, et l'analyse linguistique, d'autre part, ont permis l'élaboration d'un canevas, c'est-à-dire la mise en exergue des points principaux et la trame générale de présentation des résultats.

Conclusion : une approche qualitative pour mieux cerner un phénomène complexe

L'approche qualitative nous a semblé la plus adaptée à un phénomène récent, peu délimité et relativement disparate. En effet, tant la question de l'entrepreneuriat, domaine complexe et dont le périmètre ne se réduit pas aux seules entreprises individuelles, que celle du territoire dont nous avons pu noter le caractère construit et en construction permanente ou celle de la valeur, par essence polysémique, nous ont conduit à appréhender notre objet, les démarches entrepreneuriales territorialisées, à partir d'une méthodologie balisée, l'analyse de contenu appuyée par le recours à un logiciel d'analyse linguistique.

Conclusion du chapitre 5

La problématique de cette recherche suppose de placer au centre de l'analyse la dimension spatiale : étudier des projets dont le lien au territoire est revendiqué implique la reconnaissance de spécificités locales qui peuvent avoir un effet non négligeable sur la forme des projets. Si, comme nous l'avons vu, l'enquête se déroule sur trois départements, les dénominations précitées ne seront pas toujours celles qui seront usitées par les personnes interrogées : les territoires ne sont pas définis une fois pour toute. Leurs contours correspondent aux frontières administratives lorsque le projet est l'œuvre d'une institution. Mais ils peuvent aussi dépendre de points de vue subjectifs : les territoires se redessinent à l'aune de dynamiques multiples qui échappent en partie à chaque individu. Ainsi les territoires d'action prennent forme en fonction d'enjeux propres à ceux qui les investissent, les acteurs agissant alternativement comme professionnels mais aussi comme consommateurs. Ils sont également recomposés au gré des objectifs propres à chaque projet : défense d'une aire culturelle, mise en valeur d'un territoire enclavé, adéquation avec des politiques publiques mises en œuvre à différentes échelles, etc. Les projets peuvent soit couvrir des zones plus restreintes que les territoires administratifs, soit se situer de part et d'autre de la frontière de deux territoires (y compris de deux territoires nationaux) ; les démarches territoriales étudiées répondent en effet et avant tout à des logiques de proximité géographique autour de la notion de relocalisation des activités socio-économiques. Dans le même temps et de manière dialogique, les espaces géographiques ont une incidence évidente sur la nature des projets tant d'un point de vue matériel qu'organisationnel.

Ces reconfigurations aux déterminants à la fois économiques, sociaux et géographiques correspondent à des réflexions et à des pratiques qui restent encore actuellement mal définies. Une tentative d'analyse du phénomène par la théorie des réseaux à partir d'une démarche qualitative permet d'apporter un cadre d'intelligibilité tout en maintenant la dimension processuelle, le caractère en devenir de celui-ci.

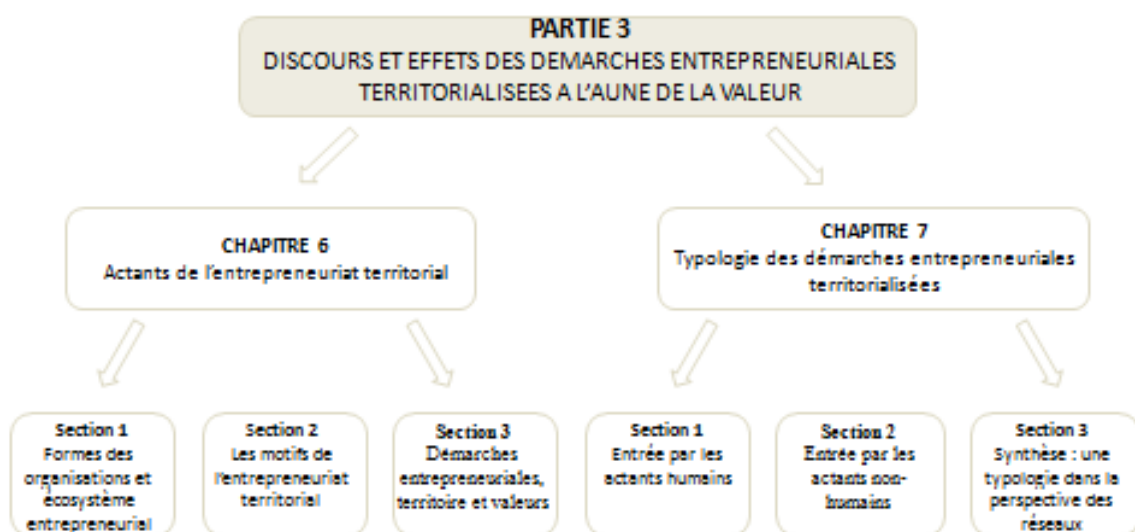
Synthèse de la partie II

Le territoire est donc considéré comme un actant, à la fois ressource matérielle et culturelle au sens où il détient des actifs spécifiques par opposition aux actifs génériques (Benko & Pecqueur, 2001) et comme ressource organisationnelle dans la mesure où il est composé d'acteurs institutionnels et individuels conduits à s'associer pour rendre congruentes des logiques d'action propres (Fourcade & Marchenay, 1997). En outre, ces actifs apparaissent moins comme des éléments déjà présents sur un espace donné que comme le résultat d'une construction conjointe sur des périodes plus ou moins longues par un ensemble d'acteurs territorialisés (Bréchet & Saives, 2011). Mais ces analyses, dans la continuité des études sur les districts industriels, se sont essentiellement intéressées aux entreprises engagées dans le cadre d'une économie productive, c'est-à-dire tournée vers une logique d'exportation à partir d'un principe de différenciation et de compétitivité sur une base territoriale.

Il s'agit, dans ce travail de recherche, de déplacer la focale sur un objet restreint dans le champ des Systèmes de Production Localisée, à savoir les projets entrepreneuriaux en circuits de proximité, vers des démarches impliquant de nombreux acteurs aux logiques d'action propres. Aussi, aux SPL étudiés dans la littérature, l'ambition est ici de prendre en compte et de donner sa place à tout type d'initiatives qui raccourcissent les distances relationnelles et géographiques entre des producteurs et leurs fournisseurs et des consommateurs, considérant que chacun d'entre eux participent activement à leur déploiement. Dès lors, aux projets tournés vers des logiques classiques de développement exogène, s'ajoutent ceux dont l'ambition s'apparente à un développement territorial endogène. L'enquête de terrain a en effet mis en évidence l'éclosion de nombreuses initiatives qui, parce qu'elles donnent une place inédite au territoire, reconsidèrent la question de la valeur. Créée ou économisée, économique ou d'une autre nature, cette dernière n'est plus seulement destinée à l'entreprise mais doit se partager et bénéficier à une communauté plus large, enjoignant à reconsidérer les référentiels jusqu'ici largement diffusés.

PARTIE III - DISCOURS ET EFFETS DES DEMARCHES ENTREPRENEURIALES TERRITORIALISEES SUR LES TERRITOIRES ET LA VALEUR

Si, de fait, le territoire imprime sensiblement sa marque sur toute forme de logique entrepreneuriale (Reix, 2016), cette recherche se focalise sur les initiatives qui le désignent comme un élément constitutif de la démarche. Le territoire est donc au centre de la problématique de ce travail de recherche et doit, pour être mobilisable en tant que catégorie d'analyse, être présenté de manière empirique. Il renvoie à plusieurs dimensions qu'il convient – si ce n'est totalement, du moins en partie – de décrire pour en tirer des variables opérationnelles. L'éclosion de projets ancrés dans le territoire correspond à la prise en compte d'un espace géographique délimité et d'un réseau d'acteurs ancré sur celui-ci. Le phénomène doit être appréhendé en termes de processus et de contenu (Giordano & Jolibert, 2012) ; il s'agit de décrire et d'expliquer la dynamique des démarches entrepreneuriales territoriales du point de vue des organisations, des individus et des ressources matérielles spécifiques actionnées en vue de leur exploitation et de leur valorisation mais aussi de leur protection. Une approche entitative, qui consiste à définir les différentes composantes, précèdera une analyse processuelle (Steyaert, 2007) du phénomène. Le recours systématique à la production de schémas a vocation à proposer des outils visuels permettant la compréhension des relations et interdépendances entre les actants.



Chapitre 6 – De la dimension formelle à la dimension discursive : une ou des démarches entrepreneuriales territorialisées ?

Il s'agit, dans ce chapitre, de saisir les logiques d'action d'entités privées, individuelles et collectives, et d'organisations publiques ou semi-publiques – telles que des associations de développement économique, d'accompagnement aux entrepreneurs ou encore de développement local – qui forment des alliances, des coalitions pour mener à bien des projets socio-économiques à base territoriale. Ces derniers ne peuvent être considérés toutefois comme seuls résultats de l'action des protagonistes mais bien comme éléments à part entière du processus. Conduite dans le cadre de l'acteur-réseau, cette recherche prend en compte les éléments non-humains qui seront examinés comme partie intégrante du terrain. A ce titre, le territoire est tout autant un acté qu'un actant. D'abord, il est le produit, eu sens matériel et symbolique, des individus qui s'y investissent. Ses contours se redessinent au gré des représentations des acteurs individuels et collectifs, porteurs de ces projets, et des périmètres d'intervention des acteurs institutionnels concernés par ces mêmes projets. Ensuite il est un actant au sens où il met en mouvement ces mêmes acteurs qui doivent trouver à s'organiser autour de lui. Dans une perspective allocative, si le territoire recèle des ressources propres, elles ne participent au processus de richesse et d'attractivité qu'à la condition de leur activation. Or ces programmes d'action des objets renvoient à la question sous-jacente de la définition de la valeur par les acteurs, de sa nature et de sa destination.

Cette première partie des résultats de la recherche entend présenter de manière dynamique les relations qui se nouent entre les actants de l'entrepreneuriat territorial dans leur lien au territoire géographique, politique, culturel. Saisir la particularité de l'entrepreneuriat territorial induit de quitter une vision trop restreinte de l'entrepreneur et de son projet pour embrasser l'ensemble des actants, humains et non-humains participant à ce processus. Il s'agit de mettre en exergue, au travers d'exemples concrets autour d'une ressource spécifique, les alliances qui se créent entre des porteurs de projets et des organismes, publics, privés ou mixtes (section 1), autour d'un projet et du discours qui le structure (section 2).

Section 1 – Formes des organisations et écosystème de l’entrepreneuriat en lien avec les territoires

Dans cette première section, il s’agit de schématiser les initiatives en qualifiant les acteurs impliqués et les relations qui s’instaurent entre eux. Le phénomène va donc être abordé en premier du point de la forme des organisations et plus largement de la manière dont elles s’inscrivent dans un écosystème entrepreneurial territorial.

1. Dimension formelle des démarches entrepreneuriales territoriales

Comprendre la structure des entreprises territoriales conduit à aborder la question des modes de gouvernance des activités économiques qui revendiquent un lien fort au territoire. Ces démarches, individuelles ou collectives, composées d’acteurs homogènes ou hétérogènes, se définissent en dernier lieu du point de vue de leur conception du développement des territoires.

1.1. Formalisation selon la nature individuelle ou collective de la démarche

Il faut tout d’abord distinguer les projets selon qu’ils sont à l’initiative d’une personne ou de deux à trois associés ou qu’ils mobilisent un groupe plus conséquent, équipe entrepreneuriale ou dynamique multi-acteurs. Il s’agit, dans l’un et l’autre cas, de prendre en compte non seulement des entrepreneurs qui ambitionnent de vivre de leur activité mais aussi des bénévoles, des salariés d’une structure non-entrepreneuriale qui permettent la réalisation d’une activité marchande¹¹⁹. Quelques exemples du panel des initiatives recensées pour la thèse permettent d’illustrer ce premier trait distinctif des démarches entrepreneuriales territoriales (tableau 4).

¹¹⁹ Rejoignant ainsi la définition large de l’entrepreneuriat qui englobe toute « initiative portée par un individu (ou plusieurs individus s’associant pour l’occasion) construisant ou saisissant une occasion d’affaires (du moins ce qui est apprécié ou évalué comme tel), dont le profit n’est pas forcément d’ordre pécuniaire, par l’impulsion d’une organisation pouvant faire naître une ou plusieurs entités, et créant de la valeur nouvelle (plus forte dans le cas d’une innovation) pour des parties prenantes auxquelles le projet s’adresse » (Verstraete, Fayolle, 2005). C’est nous qui soulignons.

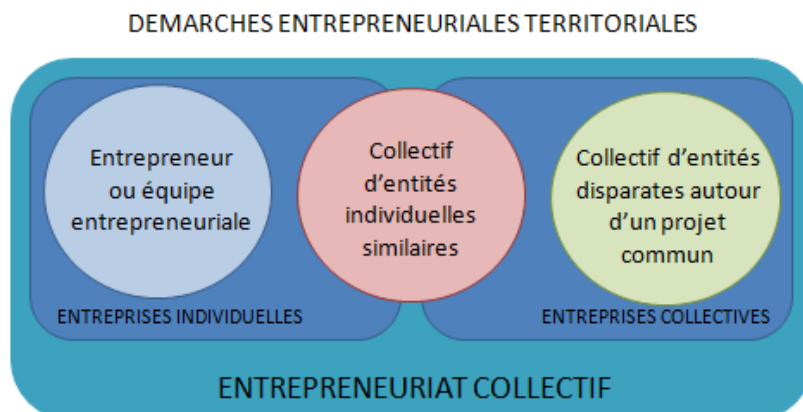
Tableau 4 : Distinction des projets selon le nombre de porteurs et leur qualité

	Personne seule ← → Groupe élargi		
(néo)- entrepreneurs	<ul style="list-style-type: none"> • introduction d'une vigne sur le littoral et vinification sous la mer • relance d'une fabrique de skis en bois 	<ul style="list-style-type: none"> • transformation d'huile de tournesol à destination de la consommation alimentaire 	<ul style="list-style-type: none"> • filière porc, né, nourri sous la mère, abattu, transformé et consommé sur le territoire
Salarié(s) mis à disposition		<ul style="list-style-type: none"> • outils collectifs de transformation du poisson pêché à la ligne et d'approvisionnement de la restauration collective 	<ul style="list-style-type: none"> • introduction de denrées alimentaires dans les cantines scolaires par le biais de contrats de gré à gré
Bénévoles	<ul style="list-style-type: none"> • approvisionnement d'une trentaine de familles en produits bio et locaux • tenue d'une boutique de produits locaux et du commerce équitable 	<ul style="list-style-type: none"> • mise en place d'une structure multi-site de production d'énergies renouvelables 	<ul style="list-style-type: none"> • exploitation et commercialisation locale du bois d'une vallée à destination de ses habitants

L'ensemble de ces exemples peuvent être regroupés dans un schéma simplifié renvoyant à trois catégories selon la nature collective ou individuelle du projet entrepreneurial (figure 28) :

- les entrepreneurs *solo* ou une équipe entrepreneuriale ;
- les collectifs d'entreprises individuelles ;
- les collectifs d'entités disparates autour d'un projet commun.

Figure 28 : Catégorisation des projets selon sa nature individuelle ou collective de la démarche



Si l'entrepreneur ou l'équipe entrepreneuriale ou, dans une autre acception, la petite organisation étudiée en tant qu'entité autonome, ont fait l'objet de nombreux travaux en entrepreneuriat, ce sont les collectifs organisés autant qu'informels que nous allons caractériser. Tantôt *collectif d'entités individuelles*¹²⁰, tantôt collectif uni autour d'un projet commun, la notion de collectif telle qu'elle est employée ici réfère à au moins deux formes distinctes, le groupe pouvant être caractérisé par une relative homogénéité ou, à l'inverse, par son hétérogénéité. Celui-ci est considéré comme homogène lorsque les membres qui le composent possèdent des caractéristiques communes. Soit producteurs, soit consommateurs, dans un cas comme dans l'autre, ils sont mus par des valeurs et des pratiques communes qui les engagent à se rassembler au sein d'une structure, formelle ou informelle, pour atteindre leur objectif. L'hétérogénéité d'un groupe renvoie à sa composition disparate, faites d'individus et d'organisations, n'ayant ni les mêmes fonctions, ni les mêmes attributs mais qui apportent leur contribution à la bonne marche d'un projet.

1.2. Formalisation selon la nature homogène ou hétérogène des acteurs qui participent à la démarche

Avançons encore plus avant dans notre descriptif pour préciser davantage la nature de ces initiatives à partir de la question de l'homogénéité ou de l'hétérogénéité des acteurs qui participent aux démarches entrepreneuriales territorialisées. Deux modèles coexistent dans chacun des cas. Nous allons ici schématiser puis détailler les raisons qui nous conduisent à distinguer quatre modèles de démarches entrepreneuriales territorialisées :

- acteurs homogènes défendant une pratique commune en termes de production ou de consommation (1) ;
- acteurs homogènes s'associant pour détenir un outil, virtuel ou matériel, commun (2) ;
- acteurs hétérogènes constituant une filière territoriale (3) ;
- acteurs hétérogènes associés autour d'un projet de territoire (4).

1.2.1. Acteurs homogènes défendant une pratique commune en termes de production ou de consommation

Concernant les démarches constituées de groupes homogènes, la première configuration (1) correspond à un entrepreneuriat dit de deuxième niveau où des entreprises ayant déjà une activité se rassemblent pour acquérir ensemble un outil de transformation ou de commercialisation afin de valoriser leur production et renforcer leurs marges (encadré 1).

¹²⁰ Expression empruntée à une personne interviewée

Encadré 1 : un groupement d'éleveurs de viande bovine bio (DET 4)

Pour pouvoir approvisionner des services de restauration scolaire, des cuisines centrales et des restaurants privés, sept éleveurs se sont regroupés au sein d'une association. Aujourd'hui au nombre de douze, cette structure leur permet de fournir la quantité demandée. Dans le cadre de contrats de gré à gré, les producteurs de viande livrent tour à tour hebdomadairement les cantines et au coup par coup la restauration privée.

1.2.2. Acteurs homogènes s'associant pour détenir un outil, virtuel ou matériel, commun

Dans le second modèle (2), le projet cherche à favoriser une communauté d'acteurs (petites entreprises, consommateurs) qui ont des caractéristiques semblables (agriculteurs fermiers, producteurs de déchets à finalité énergétique, consommateurs de produits issus de l'agriculture biologique, etc.). Atomisés sur un marché, producteurs consommateurs se rassemblent pour obtenir conjointement ce qu'ils n'auraient pu réussir individuellement. On peut parler ici d'un collectif d'entités autonomes (encadré 2 et 3).

Encadré 2 : une association de promotion des producteurs fermiers (FOC14 et DET5)

En 1991, des agriculteurs se rassemblent dans une association pour promouvoir une agriculture de petites fermes, associant production et transformation, par des actions de lobbying auprès des pouvoirs publics et de communication auprès du grand public. L'association a pour objet de favoriser la création de débouchés économiques pour ses membres par l'animation de réunions, l'organisation de formations, etc. Ainsi, quatre magasins de producteurs ont vu le jour sur le territoire et des marchés sont désormais institués pendant la saison touristique.

Encadré 3 -Une association de consommateurs qui s’approvisionne en produits locaux et de qualité (FOC46)

Créée en 2016 par deux jeunes femmes, « *soucieuses de préparer des repas sains à leur famille, et concernées par les problématiques environnementales* », cette association propose un service de commande et de livraison hebdomadaire de produits dont les modes de fabrication et l’origine sont tracés. Les produits proviennent de la production locale et biologique. Les deux initiatrices sont les plus actives dans le projet et assurent l’approvisionnement et la distribution. A la demande d’un service d’aide aux personnes situé sur dans une commune limitrophe, elles ont permis la duplication de la démarche par la mise à disposition notamment du dispositif numérique de commande en ligne.

Cette désignation vaut donc pour des consommateurs qui se rassemblent pour obtenir un service d’approvisionnement en biens qu’ils souhaitent avoir en circuit court sans intermédiaire mais aussi pour détenir un outil – des organes de transformation et de distribution, des infrastructures de production d’électricité –inexistant localement (encadré 4).

Encadré 4 - Une « société citoyenne » de production d’énergie renouvelable à base territoriale (DET43)

A l’issue de plusieurs mois de discussion, des personnes qui occupent par ailleurs des postes salariés d’ingénieurs, d’employés de société de Capital Risque, etc. se rassemblent dans une Société par Actions Simplifiées pour créer, une « société citoyenne » de production d’énergie renouvelable à base territoriale. Le projet se consiste en l’installation de panneaux solaires sur des toits de bâtiments publics financés par un appel à souscription auprès des habitants du territoire mais aussi par des apports financiers auprès d’institutions bancaires.

1.2.3. Acteurs hétérogènes constituant une filière territoriale

Dans le cas des démarches constituées d’acteurs hétérogènes, la forme 3 consiste en la création d’une filière territorialisée : les entités qui composent le collectif possèdent des caractéristiques propres qui permettent la relocalisation des activités, de la production à la commercialisation en passant par la transformation et le stockage d’un bien donné (encadré 5).

Encadré 5 : Une filière de porc né, élevé sous la mère, abattu et transformé sur le même territoire (FOC34 et FOC12)

Le projet est à l'initiative d'un transformateur en particulier qui a entraîné dans son sillage des producteurs de porcs, des charcutiers, des transformateurs pour valoriser un procédé de fabrication et un savoir-faire local. Les porcs élevés sont tous nés, ont été nourris sous la mère et sont abattus dans des abattoirs locaux avant d'être transformés par des charcutiers selon des procédés artisanaux ou semi-industriels. Les marchés sont locaux grâce à un réseau dense de distributeurs de proximité mais aussi nationaux et internationaux en raison de la réputation du produit. A titre de comparaison, nous prendrons deux exemples « par défaut » et « par excès ». D'abord, un IGP connu qui sous-entend l'idée d'une production très localisée s'étend en réalité sur 21 départements du sud-ouest de la France. Seules quelques étapes de la fabrication doivent se faire sur cette zone géographique : engraissement, abattage, transformation. Les porcelets proviennent des pays de l'Est ou de l'Espagne. A l'autre pôle, la filière FOC12 a entièrement relocalisé le processus de production pour y valoriser la viande d'un porc autochtone dont le temps d'élevage est plus long. Les hautes qualités gustatives du produit le classe dans des marchés de niche internationaux.

1.2.4. Acteurs hétérogènes associés autour d'un projet de territoire

La dimension hétérogène dans la seconde modalité s'applique davantage aux statuts et à la fonction sociale des différentes organisations qui participent au processus. Des entreprises de production, de transformation, des associations représentatives des producteurs d'une part et des consommateurs d'autre part, des collectivités ou des structures para publiques ayant mis un salarié à disposition du projet, des financeurs privés sont associés afin de créer un outil collectif de transformation et d'approvisionnement à destination de la restauration collective publique et privée. Dans certains cas, on a à faire à des modalités de coordination par le marché, les différents protagonistes du projet étant liés par des contrats de plus ou moins courtes durées les engageant en qualité de prestataire de service (accompagnement technique, financement, etc.). Ces formes complexes impliquant autant des individus que des institutions, des bénéficiaires (usagers ou consommateurs) que des producteurs, des participants financiers, publics et privés peuvent être juridiquement structurées. Le projet entrepreneurial mélange alors des entités variées aux objectifs différenciés, rassemblés sous la bannière d'un projet commun, et dont les relations sont formalisées au sein d'une structure commune (encadré 6).

Encadré 6 : Relocalisation d'une filière de viande bovine (DET23 et FOC43)

Sous l'impulsion d'un cluster, lié à une Chambre Consulaire de Commerce et d'Industrie, la relocalisation de deux filières alimentaires, l'une autour d'un blé de variété ancienne, l'autre autour de la viande bovine. Il s'agit d'enclencher une démarche de mise en lien des différents maillons d'une chaîne de production spécifique. Concernant plus la viande, des liens s'établissent avec une organisation de producteurs clairement identifiée pour sa défense de l'agriculture paysanne. Une étude est commandée qui révèle que seulement 25% de la viande bovine produite localement est transformée sur le territoire. Les trois quart de la production s'exportent à l'extérieur pour être transformée et vendue tandis que le territoire doit importer la majeure partie de sa consommation. Plusieurs rencontres vont avoir lieu qui réunissent des abattoirs de tailles diverses, des producteurs indépendants, des organisations de producteurs et des distributeurs privés et publics et conduisent à définir une charte commune et consensuelle dans la mesure où l'ensemble des participants ne partagent pas nécessairement les mêmes visions concernant les procédés de production. Le processus doit mener progressivement à un rapprochement des zones de production et des zones de consommation.

1.3. Formalisation selon le principe de développement exogène ou endogène de l'activité économique

A côté de la formalisation de ces quatre formes d'entrepreneuriat collectif selon la nature homogène ou hétérogène des acteurs, une distinction entre les différentes démarches entrepreneuriales territorialisées peut être établie du point de vue de la finalité du circuit économique qui génère un développement endogène ou exogène du territoire. Cette nouvelle grille de lecture revient à noter la logique intrinsèque des démarches quant à leur modèle économique et recoupe davantage une partition distribution/approvisionnement. La distribution concerne les producteurs et la recherche de marchés, locaux, nationaux et internationaux pour écouler leur production. L'approvisionnement renvoie davantage à une logique de consommation orientée vers une « relocalisation » des achats.

Portées par des consommateurs privés ou institutionnels, ces démarches englobent également de nouvelles entreprises qui favorisent l'achat de fournitures locales. Ici encore quatre modèles coexistent que nous ramenons à deux grandes variables :

- Les organisations d'acteurs homogènes ou hétérogènes tournés vers un développement exogène du territoire
- Les organisations d'acteurs hétérogènes ou homogènes tournés vers un développement endogène du territoire

1.3.1. Modèles économiques tournés vers un développement exogène du territoire

La première configuration, la recherche de marchés à l'extérieur du territoire cherche à valoriser la production et les actifs spécifiques dans la perspective d'une économie de la qualité. La promotion de biens conçus artisanalement par de petites unités (encadré 6) ou l'association de plusieurs entités (y compris des structures publiques) en vue de créer une filière ou d'investir dans un outil commun pour proposer de nouveaux produits marqués par une origine géographique s'inscrit dans une logique de développement exogène du territoire (encadré 7 et 8).

Encadré 7 : Une association de promotion des producteurs fermiers (II) (DET5)

La charte adoptée pour les producteurs souhaitant bénéficier de la marque collective et des actions de communication réalisées par l'association est stricte sur les critères de production (taille de l'exploitation, nombre de têtes, partition exploitants/salariés) mais aussi sur ceux de la commercialisation : 50% de la production doit passer par des filières courtes, vente directe ou via un intermédiaire y compris la GMS. Pour autant, et même si les marchés locaux sont privilégiés, rien n'empêche le producteur de livrer ses produits sur n'importe quelle zone géographique du territoire.

Encadré 8 - Une filière de fromage typique (FOC6)

Il y a une trentaine d'années, des producteurs se sont groupés, aidés par des structures d'accompagnement favorisant le maintien d'une agriculture de montagne et soutenus financièrement par des subventions publiques, pour sauvegarder une race de brebis en voie d'extinction. La qualité organoleptique du produit et le prix associé à ce mode particulier de production le place sur un marché de niche.

Si les débouchés locaux existent, le grand nombre de producteurs/transformateurs a conduit à développer des marchés à l'extérieur du territoire.

1.3.2. Modèles économiques tournés vers un développement exogène du territoire

Ce deuxième modèle, plus récent, concerne les logiques d'approvisionnement. Reprenant le glissement opéré de la sphère de la production vers celle de la consommation dans les mouvements sociaux (Forno & Graziano, 2014), on peut noter la place prise, dans la dynamique entrepreneuriale, par la consommation qui opère tel un levier pour favoriser le déploiement de petits/moyens projets locaux à l'échelle des territoires. S'approvisionner ou utiliser la production locale de bois, se fournir en énergies renouvelables produites localement ou se nourrir de denrées alimentaires locales, l'impulsion entrepreneuriale au centre de laquelle réside une reterritorialisation de la division du travail est désormais aussi l'affaire des consommateurs. Outre la constante augmentation de groupements d'achat de consommateurs sous diverses formes (exemple infra encadré 3), on peut également noter la croissance des projets portés par des institutions publiques locales (encadré 9) ainsi que des initiatives d'entrepreneurs *solo* qui privilégient dans leurs consommations secondaires des partenaires de proximité (encadré 10).

Encadré 9 : Une démarche d'introduction des produits bio et locaux dans les cantines (DET3)

A partir de 2010, un Conseil Départemental, s'engage à développer une action développée relative à l'introduction de 20% de produits sous signes de qualité dans la restauration collective publique dans le cadre de son Agenda 21 en lien avec l'article 48-e du Grenelle de l'environnement. Cette mission se décline sur plusieurs axes : « amélioration de l'outil de production, formation des personnels de restauration, respect de l'hygiène et de la sécurité alimentaires, qualité des repas et des denrées utilisées, équilibre nutritionnel et tarifs. ». L'objectif de cette démarche consiste à mettre en lien des agriculteurs locaux avec des cantines situées à proximité. Si certaines collectivités ont choisi, pour parvenir à ce changement dans le fonctionnement des services de restauration collective, la mise en place de plateformes centralisatrices, ce département favorise davantage, à la demande des organisations de producteurs avec lesquelles le projet s'est monté, les contrats de gré à gré.

Encadré 10 : Une épicerie de produits bio et locaux (FOC40)

Un jeune couple décide en 2009 après un long voyage à travers le monde et la découverte de nombreuses initiatives relatives à l'approvisionnement local de produits issus de l'agriculture biologique, de créer une entreprise de livraison. Quatre années à un rythme de travail effréné et la difficulté de vivre décemment de leur activité, le couple hésite entre abandonner leur projet entrepreneurial et la refondation de celui-ci. Après quelques hésitations, ils empruntent une somme suffisante pour ouvrir une épicerie dans une zone périurbaine. Leur logique d'approvisionnement est « locavore » : tous les produits biologiques de proximité sont privilégiés. Pour tout autre denrées ou produits agricoles bruts, les deux gérants sont soucieux de la distance et préfèrent des conditions de transports « doux ». Cette entreprise commerciale individuelle est par ailleurs membre d'un projet de plus grande envergure pour le développement de l'agriculture biologique sur son territoire.

*

Cette première distinction des démarches entrepreneuriales territorialisées montrent qu'il n'existe pas une forme d'entrepreneuriat mais de multiples façons d'œuvrer pour le territoire. Les finalités attribuées à la démarche par les acteurs et les moyens mis en œuvre pour y parvenir donnent à voir ce qui constituent le fondement de leur émergence et de leur développement.

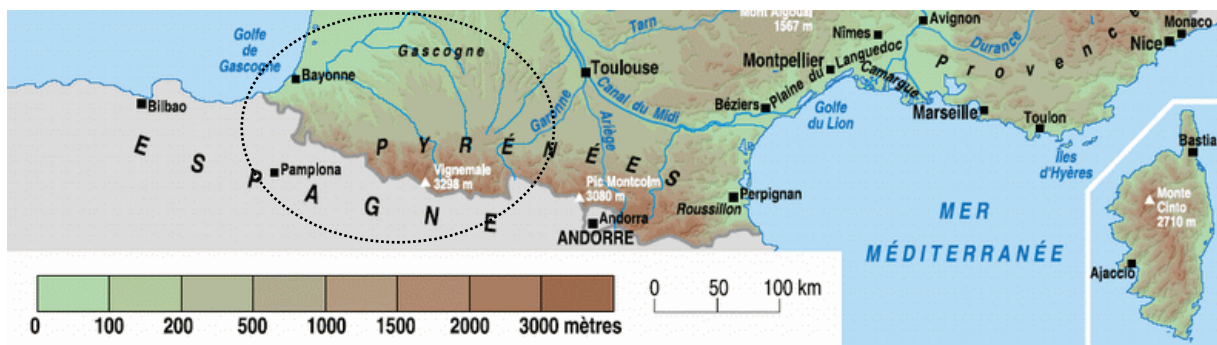
2. Ecosystème de l'entrepreneuriat territorial : les spécificités géographiques, culturelles et institutionnelles

Après avoir porté attention à la configuration des démarches elles-mêmes, il nous semble intéressant d'élargir la focale à la géographie des lieux, ainsi qu'à la question culturelle et enfin à l'histoire institutionnelle des zones étudiées. En effet, l'environnement induit le développement de formes particulières de ces activités territorialisées. Il s'agit en définitive de replacer le porteur de projet du point de vue de ses alliances avec un panel large d'acteurs du territoire.

2.1. Spécificités géographiques, soutien et impulsion des démarches entrepreneuriales

Le territoire est d'abord marqué par des attributs géographiques déterminant pour partie le développement d'un type particulier d'entreprenariat. L'accessibilité d'une ressource (forestière, halieutique, agricole, minerais métalliques, etc.) engendre la création (ou non) d'infrastructures industrielles et institutionnelles qui vont contribuer à son exploitation et à sa valorisation économique et sociale. Le terrain de la recherche est caractérisé par une géographie particulière constituée de plaines, d'une petite zone littorale et d'un massif montagneux, les Pyrénées, frontière naturelle autant qu'administrative (figure 29).

Figure 29 : Reliefs¹²¹



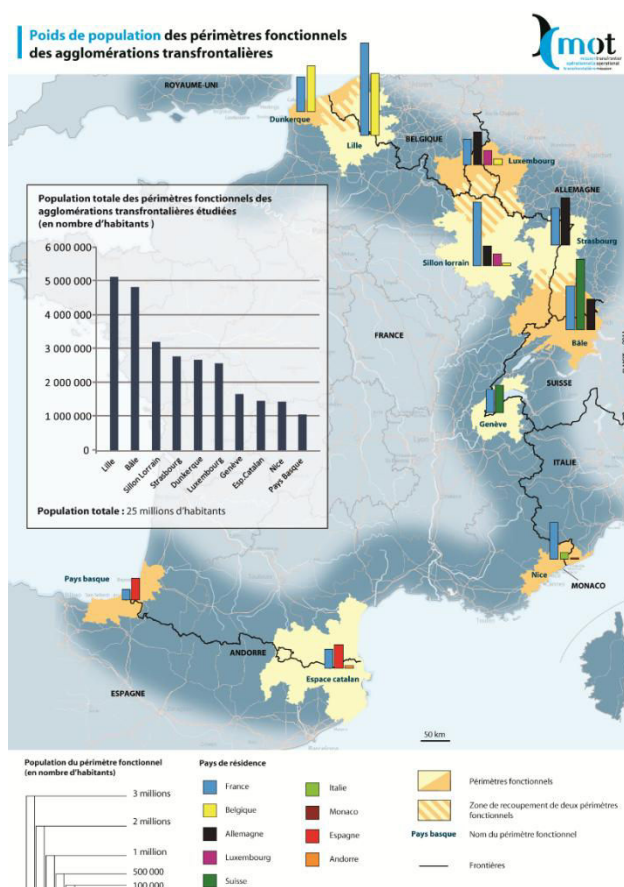
Un enjeu fort¹²² mais néanmoins marginal en pratique réside dans la coopération interrégionale France/Espagne. Si la chaîne pyrénéenne constitue effectivement une aire transfrontalière, le seul véritable lieu de passage entre la France et l'Espagne se situe à l'extrême-ouest du territoire, à Hendaye¹²³ qui est toutefois la zone la moins dynamique de France en comparaison des autres points de passage (figure 30).

¹²¹ <http://www.cartesfrance.fr/geographie/cartes-relief/carte-relief.html> [consulté le 19 avril 2016]

¹²² Qui constitue un enjeu culturel et politique fort dans la mesure où l'Europe déverse des crédits importants pour favoriser et renforcer la coopération transfrontalière.

¹²³ Cette zone, d'Hendaye à Etcharry, est par ailleurs fortement marquée par son histoire culturelle. Elle constitue la partie nord (*Iparralde*) d'un territoire étendu de part et d'autre de la frontière pyrénéenne (le Sud, *Hegoalde*) : le Pays Basque ou *Euskal Herri*.

Figure 30 : Les périmètres fonctionnels des agglomérations transfrontalières



A l'exception d'une démarche transfrontalière en matière d'agriculture biologique, les projets territoriaux sur lesquels nous avons travaillé n'évoquaient peu ou pas cette dimension si ce n'est parfois pour insister sur son versant négatif du point de vue de la concurrence exercée par les bas coûts de production en Espagne. En définitive, cette dimension ne peut être considérée comme une variable déterminante dans l'émergence et la structuration des démarches entrepreneuriales territorialisées.

Il existe par contre une forte structuration administrative française en matière de développement territorial. Le terrain d'enquête fait par exemple l'objet d'une politique publique concernant la « zone de montagne » et, plus largement, la « zone de massif »¹²⁴ (figure 31) qui permet une présence renforcée en termes d'accompagnement et donc des moyens techniques et financiers supplémentaires pour des projets économiques structurants.

¹²⁴ « La notion de massif est une approche uniquement française, permettant d'avoir une entité administrative compétente pour mener à bien la politique de la montagne. » in <http://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/observatoire-des-territoires/fr/pole-dobservation-de-la-montagne> [consulté le 19 juin 2016]

Depuis les décennies 1970-1980, deux organismes para-publics, l'Association pour le Développement Economique Par la Formation (ADPEFO) et l'Association pour le Développement Economique par le Partenariat Transfrontalier (ADEPAT), couvrent par exemple l'ensemble du territoire étudié. Si le Gers ne peut être considéré comme une zone montagneuse, ce département de plaines a pourtant été intégré dans le périmètre, ce dernier nécessitant un soutien particulier en termes de développement territorial.

Figure 31 : Zones de montagnes et de massifs



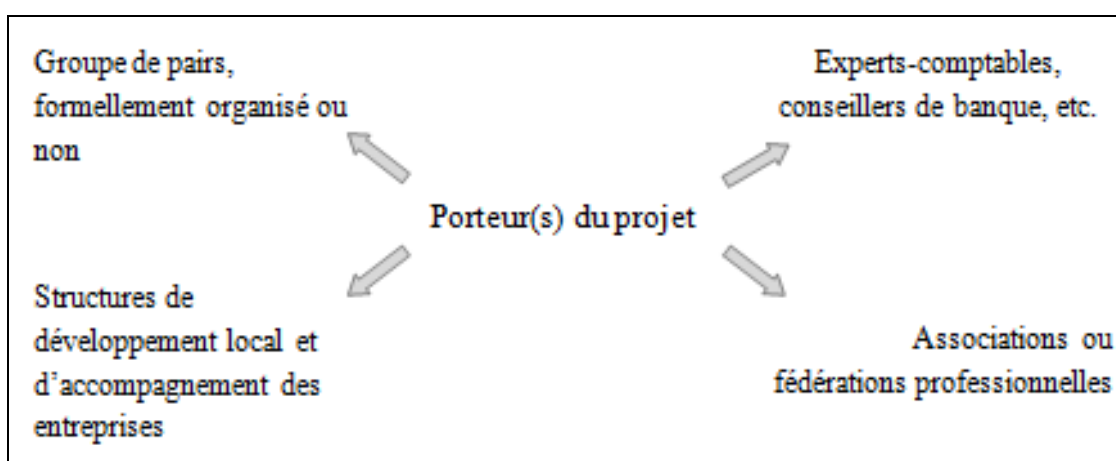
L'ADEPFO et l'ADEPAT interviennent sur des temps longs par la mise en adéquation des demandes des porteurs de projets individuels ou collectifs et des propositions de formations et de conseils par des organismes du territoire. Outre l'ADEPFO et l'ADEPAT, nombres d'incubateurs, de pépinières, de structures publiques ou privées accompagnent les entrepreneurs, individuels ou collectifs, afin qu'ils puissent parfaire leur projet et le mener à son terme.

Les Comités Départementaux de Développement Economique¹²⁵, les incubateurs et pépinières régionaux et départementaux¹²⁶, les technopôles¹²⁷, les organismes mixtes public/privé¹²⁸, les dispositifs proposés par des établissements privés¹²⁹, les associations de parrainage¹³⁰, les Tiers lieux ou espaces de co-working¹³¹ assurent ce service de soutien et de promotion de l'entrepreneuriat et d'ingénierie de la formation sur les territoires.

2.2. Encastrement de l'entrepreneuriat

L'ensemble de ces structures crée des conditions favorables au déploiement de l'action entrepreneuriale et constitue une offre diversifiée pour les porteurs de projets, individuels ou collectifs, qui peuvent s'engager dans un des quatre types d'accompagnement proposé (figure 32).

Figure 32 : Dialogique porteurs de projets / accompagnement-soutien de l'entrepreneuriat



Si le temps passé et le degré d'insertion de l'entrepreneur au sein de ces quatre modalités de « prise en charge » de l'entrepreneuriat sont très variables, il n'en demeure pas moins qu'elles répondent diversement aux attendus du (des) porteur(s). Mais il serait fallacieux de se représenter le(s) entrepreneur(s) comme un (des) individu(s) possédant une information complète des services proposés.

¹²⁵ Gers Développement, Comité Départemental de Développement Economique 65

¹²⁶ Innoparc à Auch, CETIR à Saint-Laurent-de-Nestes, Lankia Bermagia à Mauléon

¹²⁷ Izarbel à Bidart, Helioparc à Pau

¹²⁸ la Compagnie d'Aménagement des Coteaux de Gascogne, Energies Service Lannemezan

¹²⁹ ETICoop

¹³⁰ Réseau Entreprendre Adour

¹³¹ Karaban'art à Cambo-les-Bains, Work in Pau, La Cocotte à Bayonne, Jnov à Fleurance, Le Bureau Samatanais à Samatan, Crescendo à Tarbes, La Câblerie à Bagnères-de-Bigorre

En effet, si le présent travail de recherche ou d'autres diagnostics territoriaux permettent de mettre en exergue le panel de ces acteurs, les porteurs de projets n'ont quant à eux qu'une vision parcellaire (voire parfois même inexistante) de cet ensemble. Le fait pour ces derniers d'être accompagnés dans leurs démarches de création correspond le plus souvent à une logique de réseau plutôt qu'à un choix opéré entre plusieurs propositions.

« On apporte un conseil approprié.... on a plus de 25 ans d'expériences... nos adhérents on les connaît bien, ils viennent ici en confiance ; ce qu'on veut c'est apporter un conseil au plus près de leur préoccupation. Mais on est aussi dans une démarche proactive... de trouver des solutions. » E10

« C'est parce qu'on veut être clairement associé à l'ESS [Economie Sociale et Solidaire]. On a choisi de soutenir particulièrement les structures qui cherchent des organisations... des modes de... de gestion collectifs. Mais il y a aussi une attention au projet d'entrepreneurs individuels... certains projets partagent les mêmes valeurs que nous... la solidarité dans le projet économique par exemple. » C15

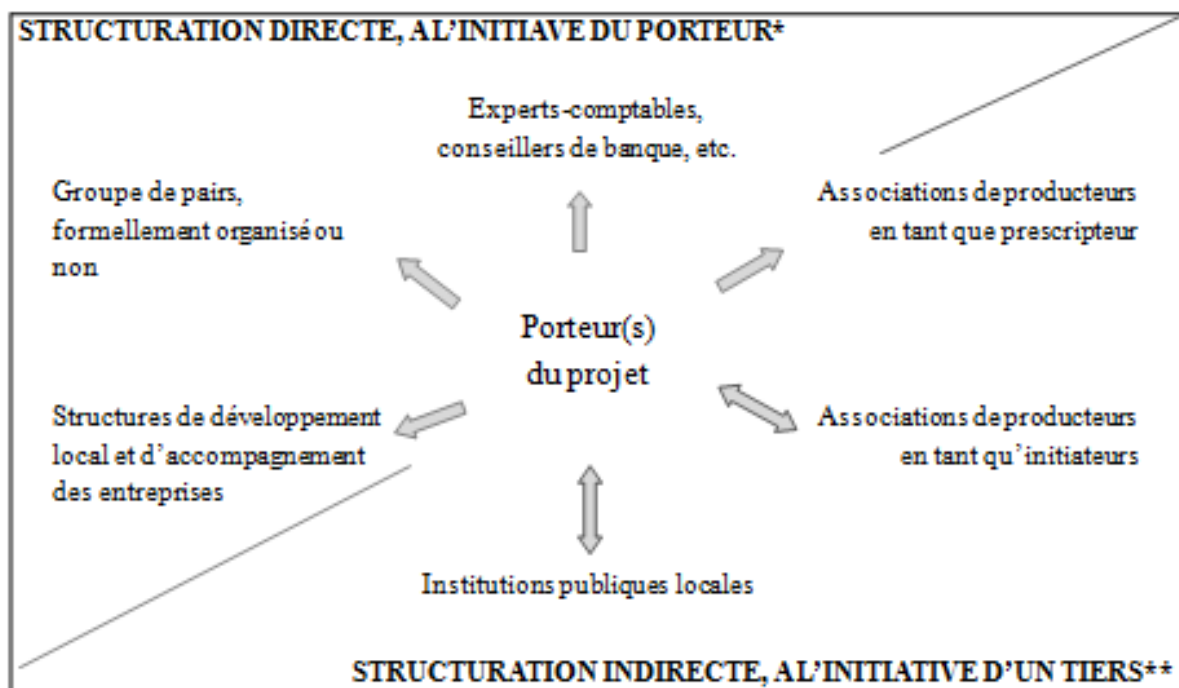
Aussi doit-on abandonner la perspective de l'individu rationnel et calculateur pour aborder la question de ce qui joue dans la construction des affiliations sélectives. Le rapport du (des) porteur(s) de projets aux organisations du territoire doit s'appréhender à partir de l'encastrement (*embededness*) de la sphère économique dans des structures sociales et institutionnelles (Le Velly, 2007) ; la réussite d'un projet entrepreneurial a en effet partie liée avec la manière dont il a été accompagné et soutenu et ce qu'il est convenu d'appeler l'écosystème entrepreneurial (Cloutier, Cueille & Recasens, 2014). Dans le cas particulier de l'entrepreneuriat territorial, il convient de quitter un schéma trop classique fondé sur une dyade entrepreneurs/accompagnement de l'entrepreneuriat (figure 33) qui ne paraît pas apte à saisir la complexité des démarches entrepreneuriales territorialisées ; cette représentation renvoyant à un type particulier de lien que serait celui de l'entrepreneur en incubateur, en pépinière ou d'un accompagnement ponctuel autour de formations et de conseils.

Figure 33 : La dyade entrepreneurs /accompagnement



L'analyse des démarches entrepreneuriales territorialisées enjoint à complexifier la figure 31 en affinant les actions des structures d'accompagnement, qui apportent conseils, solutions techniques ou de financement, mais aussi en introduisant une deuxième catégorie d'acteurs participant à l'émergence, à la structuration et au développement de la démarche entrepreneuriale (figure 34).

Figure 34 : Le lien accompagnement/porteur du point de vue du porteur



*Le(s) porteur(s) crée(nt) son (leur) projet en allant chercher l'information auprès de professionnels aux compétences diverses

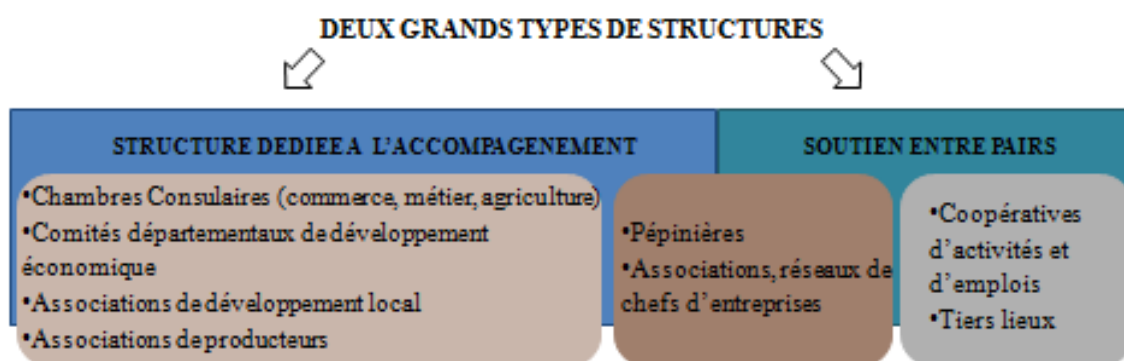
** Des structures mettent des compétences à disposition du(es) porteur(s) de projets et créent des dynamiques territoriales favorables

Si l'on focalise maintenant l'attention sur les missions des nombreuses structures de soutien de l'action entrepreneuriale territoriale – tout en gardant l'entrepreneur comme point d'ancrage –, l'enquête réalisée dans le cadre de cette thèse¹³² a permis de mettre en évidence deux catégories distinctes : le porteur de projet a recours ou participe à un accompagnement sous l'égide d'un tiers ou s'intègre dans des dispositifs plus horizontaux de soutien entre pairs¹³³ (figure 35).

¹³² Et qui a donné lieu à la remise d'un livrable en mars 2015 à l'employeur

¹³³ Ce schéma recoupe totalement les dispositifs de l'accompagnement de tout autre type d'entrepreneuriat.

Figure 35 : Caractéristiques des structures d'accompagnement

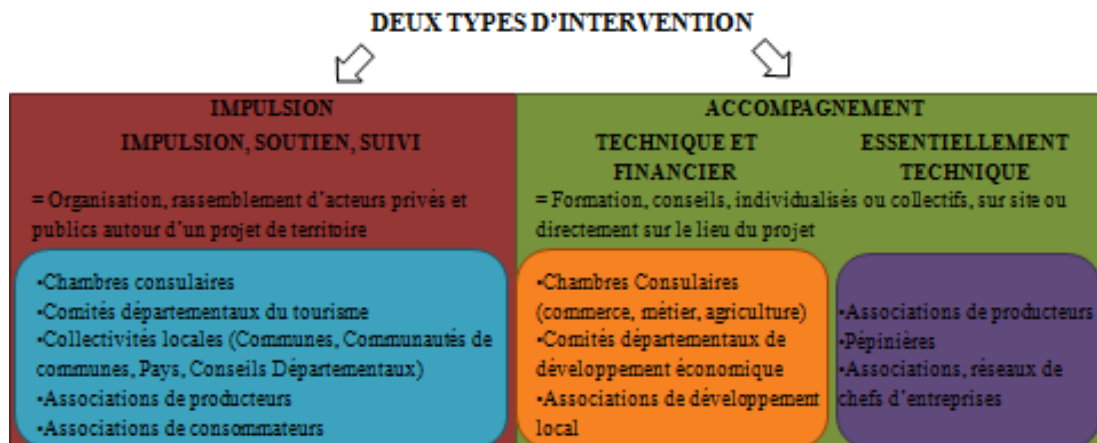


Si l'entrepreneur ou le groupe d'entrepreneurs restent maître du déroulé de leur projet, les structures sollicitées – ou, comme nous allons le constater, les structures qui viennent solliciter les porteurs de projets – pour aider techniquement ou financièrement peuvent plus ou moins contribuer au développement de l'idée en favorisant l'accès aux ressources financières, en ouvrant la possibilité de nouveaux marchés ou en créant un cadre légal au déploiement d'une nouvelle activité.

2.3. Nature de l'accompagnement : hors ou dans la démarche ?

En somme, l'accompagnement à la création d'activités économiques sur les territoires, loin de répondre à un schéma stable et attendu, apparaît sous des formes multiples. Que ce soit en termes de durée (accompagnement ponctuel, au long cours), de modalités (formations thématiques, conseils, rencontres régulières), de positionnement (intervention à distance articulée à une conception autonome du porteur ou accompagnement très soutenant), des structures aux statuts et objets sociaux divers sont présentes dans la structuration de ces expériences. La dynamique qui s'instaure entre le porteur et certains types de structures indiquent que dans ces deux cas, l'émergence des démarches entrepreneuriales est autant le fait d'un entrepreneur (individuel ou collectif) que d'une structure qui organise la formation, la construction juridique et technique du projet et garantit les débouchés. La perspective peut alors se renverser en prenant en compte la place prise par les organismes d'accompagnement, privés ou publics, et les pouvoirs publics, centraux ou locaux, qui servent de renfort à la démarche entrepreneuriale (figure 38).

Figure 36 : Caractéristiques des types d'intervention sur l'action entrepreneuriale



Bien que les structures recensées remplissent les deux types de missions, on peut distinguer deux processus distincts :

- l'accompagnement technique et/ou financier de professionnels qui proposent la mise à disposition de compétences génériques : aide à l'élaboration des étapes du projet, éléments de gestion, etc. et spécifiques, en fonction de la nature du projet : dispositions légales, procédés techniques, règlements sanitaires, etc. ;
- l'impulsion, le soutien et le suivi de projets économiques structurants pour le territoire par des institutions ou des associations qui coordonnent l'action économique, et organisent les rencontres producteurs / consommateurs.

Dans le premier cas, les structures restent à une distance relative de l'événement entrepreneurial. Les protagonistes décrivent leur fonction comme extérieure au processus : grâce à un dispositif d'ingénierie pédagogique, de pratiques plus ou moins innovantes, les porteurs de projets, quel que soit l'objet ou le secteur (agroalimentaire, e.commerce, production, etc.) sont accompagnés dans leur phase d'amorçage, sur une durée déterminée.

« On prend un porteur de projet ou d'entreprise qui nous soumet un problème de quelque nature qu'il soit. Et nous on les aide à résoudre ce problème, pour ma part je pense que l'on se définit comme des apporteurs de solutions, on est réellement dans le concret » C14

Mais le degré d'implication des organismes d'accompagnement peut aller bien plus loin, participant largement à la réussite du projet (encadré 11) :

Encadré 11 : Création d'un outil collectif pour la transformation du tournesol (DET42)

DET42 est un projet collectif de transformation du tournesol et de commercialisation d'huile de quinze producteurs pour lesquels le prix de vente du produit brut, de plus en plus bas, ne leur permet plus de couvrir leurs charges.

« Concrètement, la première mise en bouteille a été faite en août 2014 et après sur le lancement commercial, c'est là où tu vois jusqu'où on va... la M. [son ancien employeur dont l'objet est également l'accompagnement d'exploitations agricoles] c'était clairement défini, on fait ça, on fait l'étude, on fait les réunions, on rend le truc, on n'est pas sur place ; on vous aide à mettre en place les outils, mais pas plus. Là, on a un peu plus de souplesse au niveau de E. [son nouvel employeur] parce qu'on a de l'autofinancement, parce qu'on est sur le territoire, et parce qu'on veut que cette démarche aille jusqu'au bout. Et nous, on va pas dire, là on s'arrête, en sachant que derrière, les porteurs de projets n'ont pas pris en mains tout le projet, par exemple quand on s'est dit lui il est là il faut aller démarcher, voilà on sentait certains producteurs un peu frileux pour aller démarcher, et donc y avait un gros accompagnement ici aussi, l'A. qui s'est greffé en cours de route, (...). Et donc on s'est dit faut se répartir le territoire Pays basque et Béarn, et nous les animatrices on vous aide, on prend les rendez-vous, on vient avec vous dans les premier rendez-vous... »

Donc vous allez dans les magasins détaillants ?

En fait, au départ on s'est dit on va aller vers de la restauration collective scolaire, et donc on prend les rendez-vous, on fait un classeur de prospections donc on fait les fiches techniques, on fait un modèle de facture...

Vous amenez toute la contrainte réglementaire technique.

En fait, on leur donne les outils pour pouvoir y arriver quoi. Et on fait le fichier client, comment on s'organise, comment... et donc ça a été bien parce que du coup ça a permis à certains producteurs d'avoir un peu plus confiance sur ce volet commercial. Certains ont un peu plus pris la main... du coup y a des commandes, qui c'est qui va livrer, on organise des tournées... » C22

Depuis, la coopérative d'huile a pris son indépendance. Si elle est toujours accompagnée, l'un des producteurs, désigné président, a désormais pris en charge le rôle de coordinateur de la structure.

On le voit, le positionnement différencié des structures d'accompagnement les place tantôt dans une posture d'accompagnement défini par un métier et des compétences, ces dernières pouvant s'appliquer à tout projet se présentant à elle, tantôt comme acteur pleinement partie-prenante d'une démarche entrepreneuriale, comblant les failles et les hésitations des porteurs. A titre de contre-exemple, la même interviewée évoquait l'effondrement d'un projet faute d'avoir été repris en main :

« Il y a eu la filière truite du Pays basque. Ce n'est pas moi qui réfléchissait, c'était L. une ancienne collègue, elle réfléchissait à monter une IGP, avec un appui, se demandait quelle communication, quel budget... mais il n'y avait pas d'animation en tant que tel. Et aujourd'hui ce sont les gens qui sont chacun dans leur entreprise... » C22

Dans la seconde configuration, la fonction de coordination est clairement attribuée à une organisation qui n'est pas une entreprise. Dans le panel étudié dans le cadre de la recherche, quatorze projets relèvent de cette dynamique. Porté par une collectivité locale (conseil départemental, communauté de communes, mairie), une Chambre Consulaire (Agriculture, Commerce) ou une association de développement parapublique (tourisme, syndicat mixte), un salarié est mis à disposition à temps complet ou partiel, pour mener à bien un projet défini. Celui-ci va être mis en œuvre pour plusieurs raisons : l'interpellation de l'établissement par des membres de la société civile (associations de producteurs et/ou de consommateurs) ; d'un diagnostic de territoire réalisé par la structure elle-même ; d'une disposition réglementaire. Quasi-systématiquement, la forme juridique prise par ces démarches entrepreneuriales est l'association loi 1901. Ce statut permet en effet le temps long de la réflexion (réunions, études de marchés, prospection) avant de décider la création ou non d'une entreprise commerciale. Dans les cas étudiés, beaucoup de ses initiatives restent sous forme associative et réunissent des entreprises individuelles et/ou des sociétés et des consommateurs, particuliers ou institutionnels. Mais parfois, elle bascule vers le statut, relativement récent, de la Société Coopérative d'Intérêt Collectif¹³⁴, qui permet la mise en place d'outils de transformation et / ou de commercialisation impliquant des financements importants.

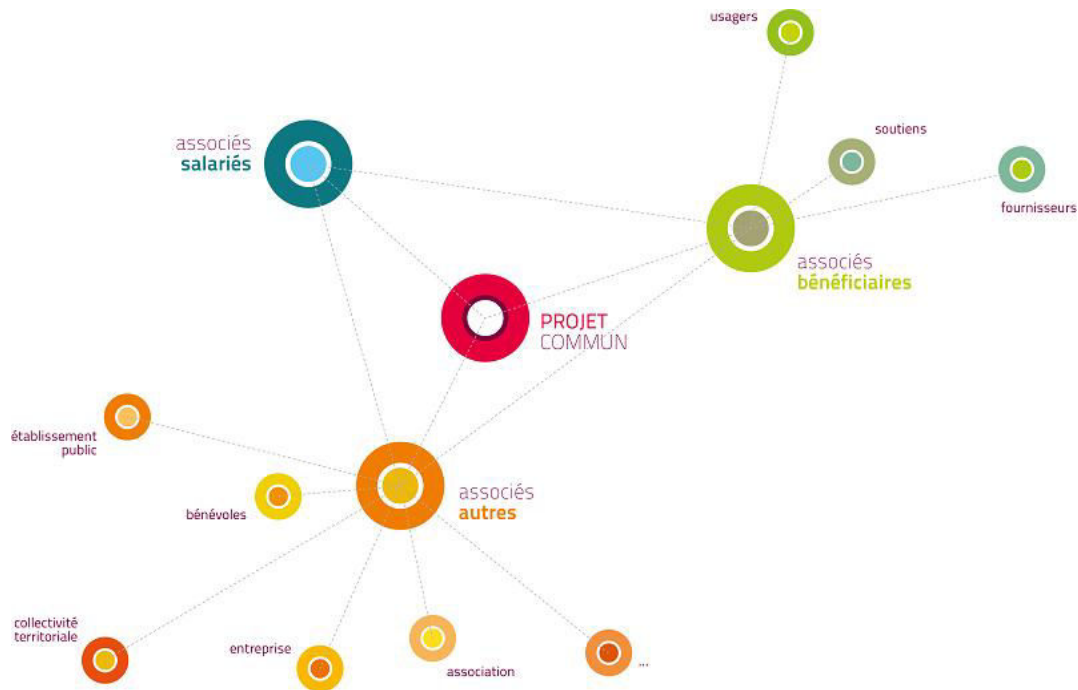
¹³⁴ Créée par la loi 2001-624 du 17 juillet 2001, il existe aujourd'hui 611 SCIC en France. Il s'agit d'une société commerciale (SAS, SARL ou SA), *coopérative* dans la mesure où chaque sociétaire détient le même pouvoir de décision quel que soit le nombre de part qu'il possède. « Au moins 57,5 % du résultat [est] affecté aux réserves impartageables, ce taux pouvant être porté par chaque AG ou par les statuts à 100 % ». Enfin, l'intérêt collectif résulte du fait que plusieurs entités, individuelles (bénévoles et salariées) ou organisationnelles (entreprises,

Arrêtons-nous un instant sur ce cas particulier, la SCIC (figure 37). Celle-ci mérite une attention particulière dans la mesure où elle est souvent évoquée comme statut idéalisé. Ce dernier entérine en effet l'alliance entre intérêts privés, entrepreneuriaux et/ou associatifs, et pouvoirs publics pour une redéfinition des enjeux à l'échelle locale.

« La forme juridique serait une SCIC et une entreprise d'insertion avec une gouvernance dont on ne peut rien dire aujourd'hui mais qu'on va étudier pour en faire une gouvernance dite horizontale avec une hiérarchie réduite au strict minimum. » C24

fournisseurs, financeurs, associations et pouvoirs publics) se retrouvent autour d'un objet commun. « *Les collectivités territoriales, leurs groupements et les établissements publics territoriaux peuvent devenir associés et détenir jusqu'à 50 % du capital* ». Cinq SCIC dans quatre des six départements du territoire CAMPG et CA ont un projet en lien avec les circuits courts alimentaires et le bois. <http://www.les-scic.coop/sites/fr/les-scic/les-scic/qu-est-ce-qu-une-scic.html> [consulté le 3 mars 2017]

Figure 37 : Représentation horizontale et en réseaux des nouvelles démarches : le cas des SCIC¹³⁵



Cette représentation, si elle ne rend pas forcément compte de la réalité d’une situation – un collègue, celui des salariés, des bénéficiaires ou d’autres types d’associés, pouvant détenir un pouvoir effectif plus ou moins grand – a l’intérêt de dire quelque chose des nouveaux idéaux sociaux. En résonance – sans toutefois les confondre – avec les théories venues du management stratégique de l’entreprise libérée (Getz, 2016) – ce sont l’horizontalité des relations et la fin de la structure pyramidale qui sont encensées. Dans la pratique, cette conversion n’est pas sans poser néanmoins la question de la recherche d’un consensus entre des acteurs pour qui le pragmatisme économique ne suffit pas toujours à générer une dynamique commune (tout comme la rémunération ne saurait être le seul facteur de motivation des salariés).

*

En guise de première conclusion, on peut noter que les entrepreneurs s’inscrivent dans plusieurs formes institutionnalisées de l’entrepreneuriat. Ils peuvent faire appel aux compétences d’une structure dédiée ou s’insérer dans un réseau de soutien entre pairs.

¹³⁵ Ce schéma a été emprunté au site <http://www.les-scic.coop/sites/fr/les-scic/les-scic/qu-est-ce-qu-une-scic.html> [consulté le 3 mars 2017]

Cinq SCIC dans quatre des six départements du territoire CAMPG et CA ont un projet en lien avec les circuits courts alimentaires et le bois

Mais outre l'entrepreneur, individuel ou collectif, l'on a également montré, en empruntant la notion d'impulsion entrepreneuriale (Lanciano & Saleille, 2010), que l'initiative de ces projets pouvait aussi être le fait d'autres acteurs tels que des collectivités territoriales, des associations de producteurs mais aussi de consommateurs. Quels sont exactement leurs rôles dans le processus entrepreneurial ? Comment génèrent-ils des dynamiques territoriales ? Existe-t-il un ou des réseaux ?

Conclusion : Statuts et fonctionnement des organisations

*

Dans certains cas, les liens entre les différents acteurs du réseau sont formalisés par une entité morale, dans d'autres cas, ces relations relèvent d'une coordination par le marché. La manière dont certains projets se présentent comme résultant d'une démarche collective (association loi 1901, SCIC) cache parfois des organisations qui démarrent et fonctionnent grâce à un très petit groupe voire une personne seule. A l'inverse, les entreprises sous statut classique ou projetant de l'être (EURL, SA, SARL, SAS), associées à l'image de l'entrepreneur *solo*, participent à des démarches collectives nécessitant la construction d'un projet commun, la coopération à ses activités sociales dépassant le cadre strict de leur activité. Aussi, s'agit-il de passer par-delà les structures juridiques pour saisir, au travers des discours et des fonctionnements des projets, les motifs de l'engagement dans une démarche de territoire, celui-ci étant mobilisé comme moyen de réussite de l'entreprise ou comme finalité pour les protagonistes engagés.

Section 2 - Un entrepreneuriat territorial, des motifs différents

Nous venons de le voir : les formes des démarches entrepreneuriales sont diverses tant dans leurs formes que dans la manière dont elles émergent et se développent. C'est dans cette voie que nous entendons poursuivre en insistant davantage sur la manière dont les acteurs « racontent » les projets. En effet, une analyse des discours qui soutiennent les initiatives permet de repérer les raisons qui conduisent à créer de nouvelles organisations et la manière dont les acteurs y répondent théoriquement et pratiquement.

1. Contexte d'émergence et type d'entrepreneuriat

Les moyens et les buts assignés à une entreprise qui doit avoir un effet sur le territoire apparaissent d'emblée dans les raisons invoquées par les acteurs quant à leur engagement dans un projet.

1.1. Le contexte d'émergence des démarches entrepreneuriales territorialisées

Les causes exposées par les acteurs pour construire ou participer à une démarche territorialisée renseignent sur ce qu'ils considèrent comme le fondement de leur engagement. Que ce soit leur propre entreprise ou la volonté de développer le territoire, économiquement ou pour d'autres valeurs, que ce soient des enjeux micro ou macro, les projets territorialisés répondent en premier lieu à des représentations relativement diverses, illustrées dans la section précédente, par une analyse des organisations dans leur aspect formel. Il s'agit maintenant de mettre en évidence la construction des réseaux à partir d'une approche par les discours portés sur les conditions d'émergence des démarches entrepreneuriales territorialisées. Une première ligne de fracture apparaît dans les politiques économiques, qui ont permis l'émergence d'un nouveau système économique, puisque sont citées, dos à dos, la réglementation d'un secteur (par exemple concernant les circuits courts alimentaires de qualité) ou, au contraire, la libéralisation (par exemple concernant les brasseries artisanales, l'énergie, etc.) d'un autre. Ce dernier aspect apparaît clairement dans les projets relatifs à la production d'énergie propre à base territoriale :

« E. a aujourd'hui plus de 10 ans d'existence. C'est 10 ans correspondent à la libéralisation du marché de l'énergie en France suite à une directive européenne. (...) Cette directive a été transposée en France autour de 2005-2007. C'est à ce moment là que, si je caricature un peu, tout le monde pouvait devenir producteur d'énergie.

On n'avait pas besoin d'avoir des moyens de production même pour être fournisseur. Donc en gros je pouvais acheter de l'énergie sur le marché, faire mon travail d'intermédiaire et la revendre ... c'est simplement du flux financier. Face à cette logique, puisqu'il faut savoir donc que cette libéralisation entérine un marché de l'énergie. Ça veut dire qu'aujourd'hui on spéculé sur la denrée alimentaire mais on spéculé aussi sur le prix du Kwh (en France mais aussi en Europe de manière interconnecté). Face à cette logique là, des mouvements environnementalistes, écologiques mais aussi issus de l'ESS, se sont dit " quelles alternatives peut-on créer, porter face à ce contexte là ?". » C27

S'il s'agit dans ce premier cas d'un effet d'activation de l'entrepreneuriat territorial grâce à une mesure de libéralisation d'un secteur, le second exemple procède exactement de manière inverse. Pour favoriser un approvisionnement local en produits agricoles de qualité dans la restauration publique collective, des clauses particulières sont insérées dans les appels d'offre afin de contourner la règle de non-favoritisme.

« Pour introduire des produits locaux [dans les cantines] c'est difficile. Ça demande des années de travail... on a produit des guides pour choisir son système d'approvisionnement. Vous savez c'est compliqué l'achat public. Il y a des règles à respecter. Bon, pour pouvoir recréer des systèmes locaux, on a recours aux clauses dans les marchés publics. Il y a des prescriptions de la part du ministère de l'agriculture. Par exemple on peut jouer sur quatre leviers : la fraîcheur des produits ; ce qu'on appelle la clause d'extra-fraîcheur, la saisonnalité, la distance parcourue par le produit et le mode de production. C'est pour cette raison qu'on a engagé un processus de discussion avec la profession agricole. Toutes les organisations sont représentées mais nous, on a aussi nos conditions : des produits frais, locaux et de qualité. » C20

La reformulation par les pouvoirs publics locaux, sous la pression d'organisations professionnelles et/ou de consommateurs, des enjeux liés à un usage plus « durable »¹³⁶ des matières premières agricoles, a déclenché la mise en œuvre d'actions phares dans la

¹³⁶ Le terme « durable » est ici utilisé entre guillemets dans la mesure où l'ensemble de ces initiatives à base territoriale se réalisent, dans les référentiels des pouvoirs publics, dans le cadre des Agendas 21 et, dans le langage des entreprises, dans celui de la RSE. Dans les deux cas, il s'agit de trouver des solutions pour rendre compatibles activité économique et soutenabilité sociale et environnementale.

commande publique au nom de l'exemplarité de l'Etat¹³⁷. Des subventions ont été dédiées au développement d'activités économiques assorties d'objectifs écologiques : programme TEPOS (Territoires à Energie Positive)¹³⁸ avec un axe sur la gouvernance alimentaire. Ces dispositifs créent des conditions favorables au développement de nouvelles démarches entrepreneuriales (encadré 12).

**Encadré 12 : Un syndicat mixte de production d'énergie pour son territoire
(DET36)**

Une société d'économie mixte cherche à mettre en œuvre des boucles courtes de production d'énergie en accompagnant des micro-projets sur son territoire. Son action porte sur la méthanisation de déchets agricoles grâce à la participation d'une dizaine de producteurs et sur la co-génération bois. Il envisage également une production d'énergies propres à partir du solaire, de l'éolien et de l'hydraulique. Cette dynamique fortement appuyée par les pouvoirs publics locaux s'inscrit dans le cadre d'un programme national favorisant ce type d'initiales locales. En mettant à disposition des fonds dédiés, l'Etat souhaite atteindre les objectifs définis au niveau européen.

Parmi les postulats macro-sociaux évoqués par les acteurs, la déconnexion des zones de production et des zones de consommation renvoie à la question de la division sociale du travail.

« J'ai travaillé dans plein d'endroits différents mais au bout d'un moment quand ta seule tâche de la journée c'est enfourné dans un four électronique une pâte déjà préparée, tu te demandes vraiment pourquoi... j'avais juste à appuyer sur un bouton. C'est tout. Et attendre. En plus cette pâte elle est préparée avec du blé qui vient d'on ne sait où... » C26

Cet éclatement du circuit économique est aussi jugé pour ses effets délétères sur l'environnement.

¹³⁷ Circulaire du 3 décembre 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat au regard du développement durable dans le fonctionnement de ses services et de ses établissements publics

¹³⁸ <http://www.territoires-energie-positive.fr/reseau> [consulté le 6 août 2016]

« C'est un peu fou quand même quand on y pense. On produit à un bout du monde, on consomme à un autre et en plus dans cette partie du monde on gaspille la moitié. C'est plus possible de continuer comme ça... il faut reconnecter les choses. C'est tellement absurde de faire faire à des produits trois fois le tour de la terre. » C2

En dernier lieu, la cause peut être ramenée à ce qui fait l'objet de l'investissement des acteurs : l'intérêt personnel, du producteur et du consommateur, ou un intérêt collectivement construit.

1.2. Deux types d'entrepreneuriat : entre opportunités d'affaire et mouvements socio-économiques

L'approche discursive des démarches entrepreneuriales territorialisées peut passer par une analyse notionnelle simple. Grâce à l'utilisation du logiciel TROPES, des récurrences de mots et de thèmes dans le vocabulaire employé par les personnes interviewées ont été mises en évidence (Tableau 5).

Tableau 5 : extraits de l'analyse linguistique réalisée à partir de TROPES

DET32		DET25		DET26		DET27	
Producteur	65	Projet	46	gens	48	pain	62
Produit	47	travail	30	producteur	39	projet	26
Fermier	44	Production	17	bio	31	cuisinière	24
Projet	28	Entreprise	15	démarche	29	gers	21
Innoval	27	Gers	14	gers	28	boulangier	18
actionnaire	23	Conserverie	13	euro	16	four	17
Entreprise	22	Association		famille	14	travail	13

DET28		DET 29		DET34	
énergie	54	agriculteur	36	chambre d'agriculture	34
production	47	grande surface	28	drive fermier	20
sociétaire	37	consommateur	27	projet	16
coopérative	36	Viande		Internet	15
projet	34	Systeme*	24	bio	14
moyen	27	Vache		idée	
producteur	25	Qualité	23	produit	13
marché (au sens de marché économique)	23	Industrie		agriculteur	12
territoire/collectivités territoriales	22	Bio	producteur		
prix	21	Prix	vente	11	
réseau		Vié	18		local

* économique, actuel, inerte, binaire, ternaire

Ainsi le terme « projet » apparaît dans tous les entretiens et arrive souvent en tête des mots les plus utilisés quelque soit la nature, individuelle ou collective, de la démarche. Pourtant, ce terme, qui se place au cœur du processus entrepreneurial dans la perspective de la *Project Based View*, ne doit pas abuser la compréhension du chercheur. Il constitue en effet une « nouvelle grammaire de l'action » ; un modèle valorisé dans un monde contemporain. Dès 1997, Boltanski et Chiapello évoquaient ainsi la naissance d'une « Cité par projets » dans laquelle est encensée la figure de l'individu ou l'organisation flexible, adaptable et en capacité de générer de nouvelles activités. La notion de « projet » ne prend donc sens qu'à condition d'en dévoiler le contenu. Ce sont d'abord les mots « produit », « producteur », « production » qui occupent une place non négligeable, termes génériques qui rappellent que les projets en question sont effectivement situés dans la sphère de la production de biens et de services marchands. Les mots « consommateurs », « consommation », « clients » sont, dans une moindre mesure, présents et, assez logiquement, davantage dans les démarches à leur initiative. Enfin, dans l'ensemble des entretiens apparaissent des références au « territoire », employé tel quel, dans son acception politique et géographique : celui des départements, « Gers », « Hautes-Pyrénées » ; des pays, « Bigorre », « Pays Basque » ; des communes ou des groupes de communes : « la mairie », « l'agglomération » etc.

Cette étape, qui s'attache à décortiquer le discours du point de vue du vocabulaire présente surtout l'intérêt de montrer que l'emploi de certains termes plutôt que d'autres, de formuler les idées plutôt avec tels mots que tels autres, est loin d'être anodine mais participe plutôt à la création de réseaux par rapprochement des discours. Un entrepreneur réussit parce qu'il parvient à convaincre autant des organisations privées et /ou publiques que des investisseurs qui l'accompagneront dans son projet. A l'inverse, ces mêmes organisations et les détenteurs de capitaux sont à la recherche de projets qui entrent dans leurs schémas cognitifs. Deux types de motifs peuvent être mis en évidence : un entrepreneuriat territorial d'opportunités et un entrepreneuriat territorial de conviction. Cette distinction sera illustrée en s'appuyant sur des exemples concrets, deux démarches entrepreneuriales territorialisées dans le secteur de l'agro-alimentaire et dans le secteur de l'énergie (Tableau 6 et figure 38).

Tableau 6 : Analyse linguistique : comparaison entre quatre projets

6.1 Un projet de transformation de produits agricoles bruts

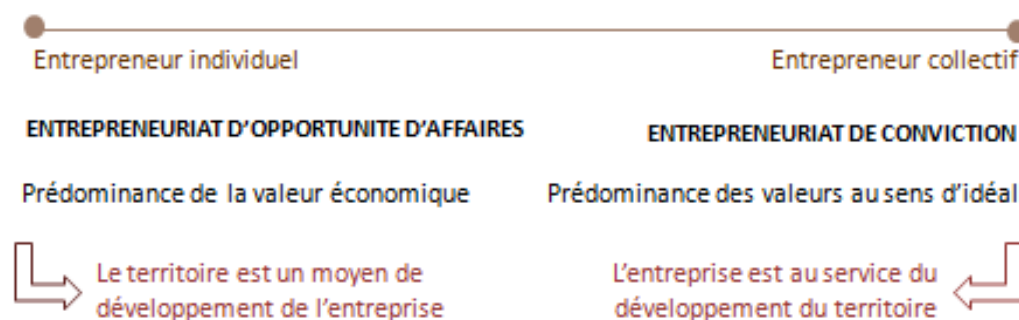
DET32		DET31	
Producteur	65	Projet	51
Produit	47	Producteur	22
Fermier	44	Gestion	19
Magasin, boutique	34	Entreprise	17
Projet	28	Partenaire	
Innoval	27	Euro	15
Actionnaire	23	Production	
Entreprise	22	Structure	14
Hautes Pyrénées	16	Groupe	
Prix		Travail	
Production		Argent	
Organisation	15	Initiative	13
Année		Prix	11
Idée	Volonté		
Territoire	13	Subvention	10
Saison	12	Développement	
Distribution		produit (chose produite)	
Solution	11	comité de pilotage	9
Vente		Collectif	
Client	9	besoin/nécessité	8
Société anonyme		Condition	
circuits courts, de proximité		Salariés	
Commercialisation	8	Activité	7
Coopérative		Local (lieu loué)	
Concept	7	Investissement	6
Logique		Bio	
Salarié		Décision	
Holding (société holding)		Capacité	
Marge	6	Citoyens	6
Tournesol		Fonctionnement	
Agriculture		Vision	

6.2 Un projet de production d'énergie à base territoriale

DET37		DET28	
Projet	63	Energie	54
Année	27	Production	47
Exploitation	18	Sociétaire	37
Matière	15	Coopérative	36
Déchet	14	Projet	34
Gers	12	Moyen	27
Agriculteur	11	Producteur	25
Investissement	9	marché (au sens de marché économique)	23
Entreprise		territoire/collectivités territoriales	
Producteur	8	Prix	22
groupe/groupement	7	Réseau	21
Production		Citoyen	
Organisation	6	Structure	17
Installation		France	
Tarif		énergies renouvelables	
Idée		Client	16
Compétence		Travail	
Contrat		argent/moyens financiers	15
		Midi-Pyrénées	
		économie (locale, collaborative, coopérative, solidaire, vraie, fausse, structurelle, d'aujourd'hui, réelle)	13
		Consommateur	
		Achat	
	Offre	12	
	Idée		
	Salariés	11	
	Outil		
	Tarif	10	
	Garantie		
	Système	9	
	obligation d'achat		
	énergie atomique/"culture" atomique/ nucléaire	8	
	Hydraulique		
	Electricité		
	Capital	7	
	objectif/visée/direction/finalité		
	Bénévolat		
	Engagement		
	Approvisionnement		
	société/entreprise		

Dans la partie gauche du tableau, le vocabulaire employé dénote un champ lexical afférent aux principes d'une logique privée entrepreneuriale tandis que dans la partie droite du tableau, si les références économiques ne sont pas absentes, les personnes interrogées ont davantage recours aux notions d'« engagement », de « volonté », de « coopération », de « gouvernance », etc.

Figure 38 : Les deux types d'entrepreneuriat en rapport avec le territoire



Si, dans un cas, le territoire est considéré comme un moyen pour faire vivre l'entreprise, dans l'autre, il apparaît essentiellement comme une fin dans le projet entrepreneurial. Dans le cas d'un entrepreneuriat d'opportunités d'affaires : les ressources produites, transformées jusqu'aux déchets, servent au développement de l'entreprise individuelle ou familiale. Le projet n'est pas particulièrement sous-tendu par des valeurs (écologie, changement de paradigmes économiques, etc.) mais par une nouvelle voie possible de création de valeur économique. L'investissement doit être rentable à court ou moyen terme.

« On dit en général que les rendements augmentent de 10% sans trop se tromper. Nous notre fumier de poulet on augmente de 20% mais c'est très très azoté. Donc 10%, je pense que cela va le faire. » C34

« La question c'est celle du gisement.... Les fruits et légumes que l'on doit collecter et qui constitue notre matière première. » C24

Parler d'un entrepreneuriat de conviction fait référence au fait que le projet de l'entreprise entend répondre à un objectif qui dépasse strictement le cadre de l'entité. La finalité est de répondre à un enjeu collectif assis sur le développement du territoire. Le « retour sur investissement », financier et personnel, peut s'inscrire dans le temps long, quitte à ce que le projet soit à peine à l'équilibre. Même s'il n'est pas question dans le présent travail d'approfondir cette question, les convictions qui animent les différents acteurs des projets, ne sont pas identiques.

Du « localisme défensif » (Winter, 2003 cité par Le Velly, 2011) à l’altermondialisme souverainiste (Sommier, 2003) en passant par les mouvances éco-féministes (Mies, Shiva, 1998), le territoire renvoie dans le premier cas à des références identitaires et culturelles fortes tandis qu’il est la base d’un renouvellement des pensées anticapitalistes dans le deuxième cas et, dans la troisième acception, il incarne la Terre-mère qu’il faut protéger. L’entrepreneuriat d’opportunité d’affaires se départit de ce « fond » de valeurs pour revenir à l’entité entreprise.

*

De fait, ces manières de penser le projet génèrent la rencontre d’acteurs partageant des conventions communes et renvoient à l’existence de réseaux relativement distincts sans toutefois être étanches. Si le discours des opportunités d’affaires est plus audible par les institutions traditionnelles de l’accompagnement et du financement, il n’en demeure pas moins que les projets appuyés sur des valeurs fortes autour d’enjeux territoriaux (autonomie régionale, écologie, maintien des savoir-faire, etc.) trouvent de plus en plus d’échos, engendrant des systèmes nouveaux de financements et de portage.

2. L’importance du discours des acteurs dans les affiliations

Dans la perspective de la théorie des réseaux, les idées tout autant que les choses sont considérées comme des actants. Il s’agit donc ici de prendre la mesure de la façon dont le projet devient performatif pour les acteurs qu’ils mobilisent. En effet, l’engagement dans un projet de territoire induit nécessairement des rencontres, des mises en mots et en pratiques, la prise en compte de contraintes autant que d’opportunités qui reconfigurent les places et les fonctions de chacun, qui participent souvent à des évolutions notables des projets initiaux.

2.1. Le projet sociétal vs le discours entrepreneurial

Nous avons montré que les logiques des acteurs qui s’impliquent dans des démarches collectives répondent à deux motifs différenciés que nous avons nommé entrepreneuriat d’opportunité d’affaire vs entrepreneuriat de conviction (cf. infra figure 38). Pourtant, s’en tenir à cette distinction ne permet pas de saisir la plus grande complexité dans l’émergence et la structuration des démarches territorialisées : il faut en effet poursuivre l’investigation pour mettre à jour la manière de mettre en mots les projets au regard de leur fonctionnement réel.

Ce que les acteurs disent de leur projet ne recoupe pas nécessairement ce qui se passe réellement, c'est ici toute l'importance du *Story Telling*. En outre, le discours des acteurs sur leur projet et des structures qui les accompagnent, constitue un élément fondamental dans la mesure où il donne à voir les motivations des porteurs mais plus encore en ce qu'il engendre une dynamique propre à convaincre d'autres acteurs prêts à s'engager dans ce projet soit comme partenaires, financiers et techniques, ou co-producteurs ; soit comme consommateurs, étant entendu que ces derniers deviennent alors des débouchés financiers structurant pour les projets. Dans les entretiens comme dans les documents écrits, deux formes archétypales de discours sont dispensées par les porteurs de projets.

Le premier discours, que l'on peut qualifier de « sociétal » ou « politique », entend définir un projet global, dépassant la seule sphère économique – qui est ravalée au rang de moyen – en adoptant un champ sémantique faisant référence aux finalités sociales et écologiques par et pour la communauté territoriale. Les acteurs sont interpellés en qualité de citoyens qui usent de leur capacité à produire ou à consommer pour agir dans la sphère économique.

« Quand on s'engage dans ce genre de projets, c'est qu'on pense que ça peut faire changer les choses. Il faut davantage respecter l'environnement et les hommes car dans le modèle économique qui a cours aujourd'hui ce n'est que destruction. On a une responsabilité, on doit agir en tant que producteur et que consommateur. » FOC49

Le deuxième discours, que l'on peut nommer « entrepreneurial », focalise davantage sur la performance économique au service d'une efficacité sociale et écologique en mobilisant un vocabulaire économique et comptable. C'est l'intérêt bien compris d'individus ou de groupes précis – les entrepreneurs et les producteurs d'un côté, les consommateurs de l'autre – qui constitue la trame de fond du discours.

« Aujourd'hui, nous sommes dans l'air du temps. En outre, les drives ne distribuent pas les produits locaux. Par cette plateforme, nous pouvons être demain compétitifs avec des acteurs nationaux, internationaux, pour donner une alternative à un territoire. Ce sera un vrai portail de l'économie du territoire. »¹³⁹ DET38

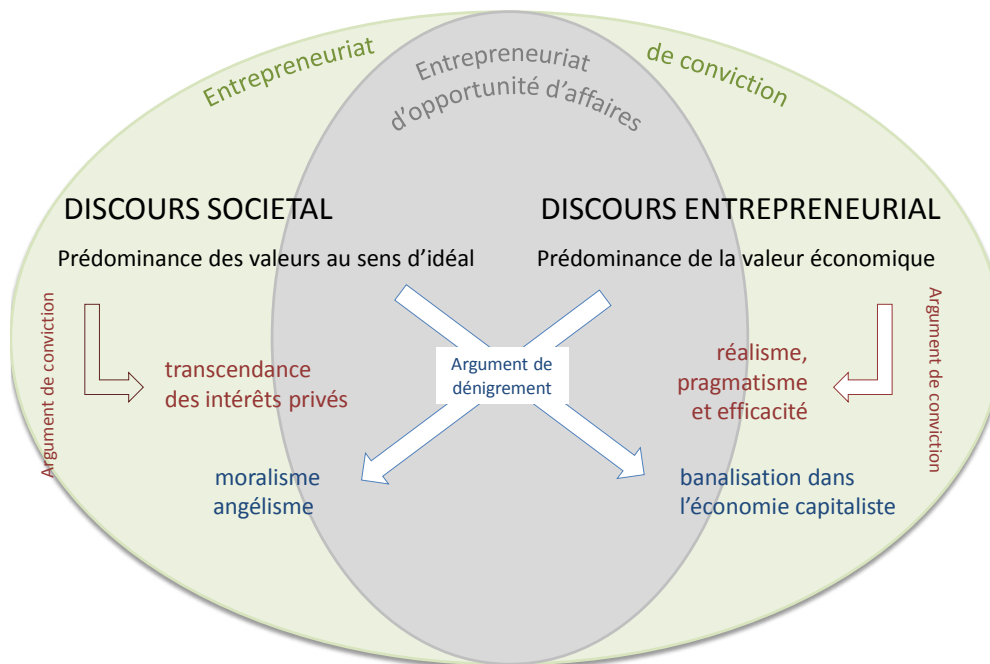
En somme, si la prédominance est donnée aux valeurs au sens d'idéal dans le discours sociétal, c'est la valeur économique qui constitue le cœur du discours entrepreneurial. Dès lors dans le premier cas, c'est la transcendance des intérêts privés qui est mise en avant, en opposition à certains projets auxquels sont reprochés de reproduire les caractéristiques de l'économie capitaliste.

« Sauf que maintenant, les gens le font par intérêt, ils ne le font pas par plaisir. (...) Beaucoup se basent sur l'auto-entrepreneuriat. Moi quand je vois les personnes... Sachant que R., en haut, ils s'engraissent tant et plus, que ce sont des banques qui paient les producteurs. C'est pire que le Crédit Agricole. » C25

A l'inverse, ceux qui portent un discours « économiciste » renvoient aux premiers leur angélisme voire leur moralisme et formulent une rhétorique d'efficacité et de pragmatisme (figure 41).

« ce qui me gêne un peu des fois dans les discours que j'entends, et notamment un peu on va dire un discours militant ou un discours politique, parce que voilà c'est à la mode de parler d'ESS, de SCOP... c'est qu'il y aurait d'un côté un peu les bonnes entreprises vertueuses et puis de l'autre côté une entreprise normale. Voir sous entendu, voilà, méchante, ou parce que cupide ou pratique c'est pas ça que je vois du tout, et que y a pas de différences pour moi d'essence, entre une entreprise dite de l'ESS puisque les deux sont confronté à la même problématique économique » C10

Figure 39: Typologie des discours au regard du type d'entrepreneuriat

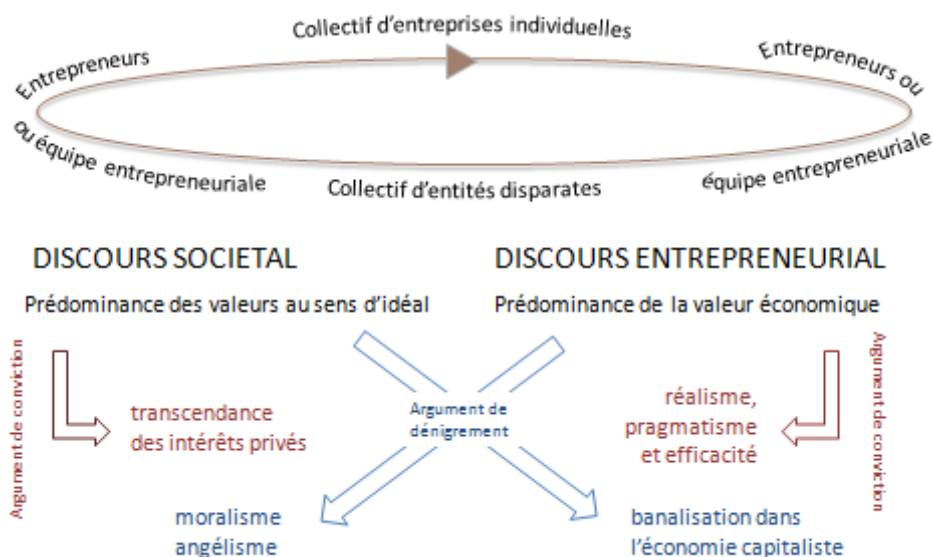


Agissant comme des conventions, ces discours participent à faire se rassembler des entrepreneurs, des financeurs, des structures d'accompagnement, des consommateurs autour d'un projet. On verra ainsi se créer des alliances entre des acteurs qui partagent un langage commun entre liens informels permettant l'accès au financement et à des marchés potentiels pour le projet à la formalisation des relations dans une structure juridique.

2.2. De l'entrepreneur solo...

L'ensemble des initiatives territorialisées, qu'elles adoptent un discours sociétal ou entrepreneurial, prennent soit la forme d'entreprises individuelles autonomes qui créent des liens avec d'autres structures du territoire, soit celle d'entreprises collectives incluant un ensemble d'acteurs du circuit économique (figure 40) dont nous avons décrit les différentes formes dans la section précédente.

Figure 40 : Typologie des discours dans leur lien à la nature de l'entrepreneuriat



Dans la phase d'émergence, deux types de structuration des projets sont à l'œuvre. D'un côté l'idéaltype schumpétérien de l'entrepreneur « rebelle », innovant qui porte le projet, en écrit les bases, définit le prévisionnel d'activité, rencontre les partenaires potentiels, parvient à (ou tente de) convaincre partenaires financiers, pouvoirs publics et entreprises existantes (encadré 13, 14 et 15).

Encadré 13 : Une entreprise viticole (DET7)

Un ancien cadre d'une banque a choisi une reconversion professionnelle en créant sa propre entreprise en 2008. Diplômé d'agronomie et d'œnologie et fort d'une expérience dans le domaine viticole au sein d'une banque, il a décidé de réintroduire une vigne sur une zone littorale protégée et a dû pour cela convaincre les élus locaux de travailler des parcelles. Il a obtenu un bail à long terme de 18 ans de février 2009 à février 2017. Soutenu par la banque où il a auparavant travaillé, il a pu obtenir sans trop de difficultés des financements ainsi que bénéficier de réseaux antérieurs. L'activité, toujours dans une phase de démarrage, semble se stabiliser, de plus en plus de marchés s'ouvrant dans et hors du territoire.

Dans ce premier cas, le projet, la marque et l'entreprise, d'un côté ; l'expérience et les passions personnelles de l'entrepreneur, de l'autre, sont confondus, enchevêtrés.

Le nom donné à l'entreprise ainsi que celui donné aux produits renvoient à des attributs caractéristiques du territoire sans que le projet ne réfère en rien à une réalité historique.

Dans le cas ci-dessus, il n'y a pas de tradition particulière concernant la viticulture sur cette zone, et le chai a trouvé refuge dans l'ancienne poudrière d'un fort. Le territoire, s'il répond à un choix d'implantation du porteur de projet, n'a d'autre fonction que la création d'une image positive pour commercialiser le bien dans une logique stratégique et marketing. Le cas suivant, s'il renvoie de la même manière au schéma dialogique individu/création de valeur (Bruyat, 1993), se distingue du premier en ce que le projet s'articule à une histoire ancrée dans le territoire.

Encadré 14 : une entreprise semi-industrielle de ski (DET24)

Alors qu'il est encore salarié dans la fonction publique, J. ambitionne de relancer une production de skis en bois au cœur d'une vallée. Pour cela, il parvient dans un premier temps à obtenir que le petit-fils, dépositaire d'une marque, lui donne son accord pour tenter de relancer l'entreprise fondée par son grand-père dans les années 1900 et dont la production s'est définitivement arrêtée en 2000. Un prototype a été réalisé. Toutefois, ce projet, somme toute cohérent au regard de l'histoire de la vallée, n'était pas parvenu au moment de l'entretien à convaincre les élus de l'intérêt de réenclencher une dynamique économique dans ce sens... L'entrepreneur reste néanmoins très mobilisé et attend de voir dans quelle mesure il parviendra à mobiliser les acteurs locaux.

Dans ce deuxième cas, si la passion de l'entrepreneur pour la montagne est mise en avant dans l'émergence de l'idée – tout comme l'était celle de la viticulture pour le cas présenté ci-dessus –, celui-ci inscrit son projet dans la renaissance d'une production semi-industrielle qui autrefois avait une place importante dans cette vallée. Cela nécessite donc une capacité à créer une dynamique plurielle en motivant autant les dépositaires de la marque que les institutions publiques de l'intérêt de relancer cette manufacture. Le nom donné à l'entreprise est un hommage à son fondateur tandis que la marque des skis est celle initialement utilisée.

Encadré 15 : Entrepreneurs solo et projet à dimension territoriale : une entreprise collaborative et territoriale d'échange de biens

P. est, comme il se présente lui-même, un multi-entrepreneur depuis son plus jeune âge. Il décide de monter un site collaboratif pour favoriser les échanges de proximité producteurs/consommateurs : une sorte d'« Amazon » territorial. Pour commencer, il souhaite développer un axe uniquement focalisé sur l'alimentaire. Grâce à sa forte implantation locale, en tant que chef d'entreprise et membre d'une institution de capital-risque, il a des contacts avec des coopératives de producteurs qu'il amène à adhérer au projet. Il parvient également à lever des fonds (400 000 €) pour payer un informaticien en charge de développer un site d'échanges ainsi que plusieurs salariés pour organiser des groupes de consommateurs (structuration des livraisons de paniers sur les lieux de travail ou sur des points-relais). Il prévoit en outre dès le démarrage du projet un statut juridique coopératif : l'ensemble des participants (producteurs, investisseurs, salariés et consommateurs) sont membres de la SCIC. Après trois ans d'amorçage et de communication intense, le projet n'a pu faire les preuves de sa faisabilité. L'entreprise est en liquidation depuis le début de l'année 2017.

Dans ce troisième exemple, le projet est ici encore associé à un entrepreneur très actif sur son territoire. Mais, comme pour le deuxième cas, la difficulté réside dans la mobilisation de nombreux acteurs du territoire. En effet une plateforme collaborative à dimension territoriale implique la participation de producteurs et de consommateurs, d'entreprises privées et d'institutions publiques partageant des valeurs et des principes si ce n'est identique au moins proches. Dans ce cas précis, la forte prégnance de corps intermédiaires, associations et organisations de producteurs, constitués de longue date et revendiquant chacune des objectifs différenciés n'a pas permis l'émergence de cette organisation. Pourtant, ce qui est vrai pour cette aire culturelle ne l'est pas pour cet autre territoire : un projet quasi-similaire y a en effet rencontré un vif succès (encadré 16).

Encadré 16 : Entrepreneurs solo et projet à dimension territoriale : deux magasins de produits frais et locaux, une entreprise de transformation, un restaurant

Après une carrière de directeur dans la grande distribution à l'étranger, ~~JML~~ est revenu sur sa terre natale pour mettre en place plusieurs projets de commercialisation de produits agricoles locaux. Il permet, par une mise à disposition de fonds et un plan de développement commercial (business plan) qu'il soumet à des structures d'accompagnement de l'entrepreneuriat et à des partenaires financiers, la création successive de trois magasins de producteurs et d'un outil de transformation. Actionnaire majoritaire de deux SAS, il associe les 45 producteurs ainsi que les salariés qui détiennent des parts dans l'entreprise.

Sur ce territoire, la prégnance de la Chambre consulaire sur la question des circuits courts, les tensions existant avec les autres organisations de producteurs et les difficultés de ces derniers à trouver une place dans l'une ou l'autre des structures pour soutenir leurs exploitations ont favorisé l'apparition d'une autre voie : un projet collectif sous l'égide d'un entrepreneur indépendant.

2.3. ...à l'entreprise collective dans les projets à dimension territoriale

La formalisation du projet dans une coopérative cherche précisément à rendre congruents les visées du projet et l'effectivité de la dimension collaborative et participative tout en maintenant les principes de liberté inhérents au lien marchand. Le statut de coopérative, qui repose en premier lieu sur une société de droit privé, a le double intérêt de donner confiance aux décideurs et aux financeurs institutionnels (publics et privés) qui se méfient des errements et de l'amateurisme des associations tandis qu'il en garde l'aspect aujourd'hui valorisé de la démarche collective. Il permet en outre d'associer les consommateurs, particuliers ou institutionnels, aux décisions qui passent d'un rôle relativement passif dans une perspective de l'offre à une position active en modelant la production sur les besoins ainsi déterminés.

« Une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) sera constituée à la fin du mois de mars. Elle sera composée de cinq collèges : les producteurs (25 %), les acheteurs (25 %), les salariés (10 %), les collectivités territoriales (20 %), les partenaires financiers (20 %). C'est simple : la part est à 50 euros. Quand je rentre, j'investis. Si je sors, je désinvestis et je suis remboursé. » (DET38)

A côté de ce statut, un autre, plus souple, la Société par Actions Simplifiées (SAS) permet des arrangements également appréciés dans le cadre de la mise en œuvre d'activités territorialisées. Celle-ci donne une grande liberté aux associés quant aux règles d'organisation et de fonctionnement et met en évidence une autre forme de modalité d'intervention : celle des investisseurs.

« Ici tous les salariés deviennent actionnaires de la SAS. Les producteurs qui nous fournissent aussi sont associés : on est tous actionnaire de l'entreprise. » C30

Pourtant l'entité juridique ne présage en rien du fonctionnement réel des structures. En effet, nous avons pu observer, pour des statuts similaires, des modalités de fonctionnement tout à fait différentes. Ce qui compte davantage ? nous semble-t-il, ce sont le rôle et la fonction de ceux qui donnent une impulsion à l'activité entrepreneuriale. Selon la nature de l'initiateur, le projet peut prendre une dimension plus ou moins collective et s'orienter davantage vers le travail rémunéré ou le bénévolat.

Reprenant l'acception large de Verstraete et Fayolle (2005) selon lesquelles ce n'est pas forcément le profit qui est poursuivi, on trouve, au côté des entrepreneurs/producteurs (de biens ou de services), des entrepreneurs/consommateurs et des entrepreneurs/investisseurs. Ces consommateurs et investisseurs vont créer de nouvelles organisations, tantôt publiques, tantôt privées, entrepreneuriales ou associatives, afin de répondre à leurs attentes. Le fonctionnement de ces structures peut s'avérer très proche. Par exemple, en dépit d'un statut impliquant la participation de tous, de nombreuses associations ne fonctionnent que grâce à l'« activisme » de quelques uns, voire d'une seule personne. Ce travail bénévole peut d'ailleurs être requalifié, au bout d'un certain temps, en travail salarié afin de faire perdurer l'activité de la structure (Encadré 17).

Encadré 17 : De l'épicerie sociale à l'entreprise de distribution, du groupement d'achat de particulier à l'entreprise de distribution, évolution d'un projet (DET21 et DET26)

En 2011, des assistantes sociales du Conseil Général font le constat de la médiocre qualité des colis alimentaires destinés aux personnes précarisées. Elles réfléchissent alors à la mise en place d'une épicerie solidaire fournie en produits locaux de qualité.

Elles prennent contact avec des producteurs et des organisations professionnelles et le processus s'engage sur plusieurs réunions de mise au point des principes fondamentaux et bases de fonctionnement du projet. Une association est créée en 2012 et l'assemblée générale de 2013 réunit jusqu'à 100 personnes. Pourtant, seule une dizaine de personnes s'investit régulièrement et le désengagement des bénéficiaires et du Conseil Départemental en qualité de financeur, font bifurquer la démarche. Peu à peu, l'idée initiale d'une épicerie sociale laisse place à un autre scénario, une plateforme d'approvisionnement pour tout public qui évoluera éventuellement vers une boutique. Si certains précurseurs réproouvent la banalisation du projet initial et quitte la structure, de nouveaux acteurs adhèrent à la démarche. Ainsi, les membres d'un groupement d'achat jusque-là géré bénévolement intègre ce dispositif suite à la défection annoncée des deux principaux piliers. Ce couple, qui organise depuis 10 ans une distribution de produits locaux et bio à soixante familles, annonce l'arrêt de leur activité bénévole à la fin de l'année 2017. Dans la mesure où aucun adhérent ne se manifeste pour reprendre la charge de ce travail, les deux bénévoles de DET26 se rapprochent de DET21 pour partager son expérience et son réseau.

Dans cet exemple, on perçoit nettement l'évolution de plusieurs projets originellement pris en charge par des bénévoles vers la structuration d'une organisation dans laquelle quelques bénévoles et des salariés recrutés prennent en charge la partie opérationnelle de l'activité au risque d'une banalisation de l'idée initiale (à l'instar des Biocoop qui s'approvisionnent aujourd'hui dans des centrales d'achat). D'autres modalités inscrivent dès les prémices du projet un engagement contractuel sur une période déterminée et/ou la participation obligatoire des adhérents en don de temps bénévole hebdomadaire. Ces expériences méritent une attention particulière dans la mesure où elles tentent d'éviter l'écueil de la concentration de l'information – et répartissant la charge de l'organisation de l'activité – entre les mains de quelques personnes. Dans la phase de structuration d'abord et de développement ensuite, elles questionnent sans cesse la répartition des tâches et de l'information (encadré 18).

Encadré 18 : Du groupement d'achat à la création d'un supermarché coopératif et collaboratif (DET 37)

DET 37 est un projet de « supermarchés coopératifs et participatifs »¹⁴⁰. Monté d'abord en association de consommateurs, il ambitionne d'ouvrir un lieu d'approvisionnement géré bénévolement par les membres actifs. Cette initiative a la particularité d'utiliser intensément les réseaux sociaux et les médias classiques, en mettant en avant la dimension collaborative à l'instar d'un modèle maintes fois pris en exemple, une coopérative new-yorkaise qui compte plus de deux mille coopérateurs. Sur sa page facebook, DET37 revendique ainsi l'intérêt de mille consommateurs à son lancement en 2015 puis deux mille en novembre 2016. Pourtant, en réalité, le fonctionnement effectif, les commandes et les distributions, est le fait d'une trentaine de membres. En septembre 2016, l'association recrute un salarié en charge de l'animation de la vie des bénévoles et de la structuration du projet. En décembre 2016, un financement participatif est lancé via la plateforme de financement participatif qui atteindra rapidement la somme requise pour une installation dans un nouveau local.

Ces organisations peuvent émerger lentement à l'issue de nombreuses réunions durant lesquelles les coordonnées et les axes principaux se définissent progressivement. Dans le premier cas, c'est-à-dire celui où un entrepreneur ou un bénévole-pivot prend en charge une part importante du fonctionnement de l'activité, il peut y avoir une certaine efficacité dans la prise de décision et la mise en place des premiers jalons, voire du développement du projet. Mais, le risque que la survie de l'organisation dépende de leur départ est contourné, dans le second cas, par le principe d'un entrepreneuriat collectif dès les prémises du projet : des commissions spécifiques rassemblent plusieurs membres qui sont chargées de la réalisation du projet. La nécessité induite par la dimension territoriale impose en outre de parvenir à intégrer et à impliquer plusieurs acteurs du territoire dans le fonctionnement des démarches.

¹⁴⁰ <http://alternatives.blog.lemonde.fr/2016/11/02/le-formidable-essor-des-supermarches-cooperatifs/> [consulté le 15 décembre 2016]. Neuf initiatives similaires sont aujourd'hui répertoriées en France : Superquinquin à Lille, La Grande Epicerie Générale à Nancy, Le panier du 12^{ème} et La Louve à Paris, Le Supermarché Coopératif d'Orléans, Alpar Coop à Annecy, Demain à Lyon, Breizh'i potes à Rennes, Scopeli à Nantes, L'éléfân à Grenoble, La Chouette Coop à Toulouse, Nice Coop, La Meute à Grasse, La Cagette Coop à Montpellier, Supercoop à Bordeaux et OtsoKop à Bayonne.

Outre l'entrepreneur-consommateur particulier et l'entrepreneur-consommateur institutionnel, on doit aussi considérer l'entrepreneur-investisseur. Cet investissement peut prendre deux formes : en temps et en argent. Le second cas se subdivise lui-même en plusieurs catégories. L'amorçage d'une structure implique le plus souvent un capital de départ. Dans une approche classique, les investisseurs prennent le risque de participer à une entreprise dans la mesure uniquement où ils retrouvent leur gage et, mieux, où ils bénéficient à plus ou moins long terme d'une rente assurée par l'expansion de l'activité. Si cette logique se vérifie pour une partie des initiatives étudiées, plusieurs des démarches ont été financées à titre plus ou moins désintéressé parce qu'elles réalisent une ambition sociale au-delà de leur vocation économique. Revenons un instant sur la question des statuts et leur usage en comparant deux SAS (encadré 20 et 21).

Encadré 19 : Un projet de transformation fondé sur un approvisionnement local (DET33)

DET33 est une entreprise de transformation et de valorisation d'un féculent dont le prix de vente sur le marché est bas. En entrant au capital de cette entreprise, les producteurs sont assurés contractuellement de l'écoulement d'une part de leur production. I. est en effet une SAS dont les producteurs et les salariés sont également actionnaires. Mais I. n'est pas exactement une entreprise collective. Elle est née en 2015 à l'initiative de M.L. Ce dernier était déjà à la tête d'une autre SAS. En 2011, il lance un premier magasin de distribution de produits issus de l'agriculture paysanne. Ces deux entités ont pour actionnaire majoritaire une holding. Cette dernière est également actionnaire minoritaire d'une troisième structure, accès sur de la restauration en circuits courts dont la gérante est la femme de l'entrepreneur.

Encadré 20 : Un projet de production d'énergie propre sur fond de collecte citoyenne (DET49)

Le projet est né de la rencontre de quelques personnes pour une partie salariées dans le monde de l'ingénierie et dans le domaine bancaire et, pour une autre partie retraitées. Après quelque temps, le groupe s'élargit mais aucune des personnes présentes n'a pour ambition de tirer des revenus de cette activité. Les porteurs sont tous bénévoles et agissent sur leur temps libre pour trouver des lieux d'implantation pour les structures productrices d'énergie propre et en cherchant des financements pour les mettre en œuvre. Si des institutions classiques participent pour deux tiers à l'investissement, le troisième tiers correspond à une collecte citoyenne. Le discours à destination des souscripteurs particuliers n'évoque pas le possible retour sur investissement mais bien plus la participation à un projet citoyen.

Dans ce premier cas, la SAS est choisie par l'entrepreneur pour impliquer au maximum, par le mécanisme de l'intéressement, les différents acteurs, producteurs et salariés, qui contribuent au développement de l'activité. Dans le second exemple, l'origine du projet est d'emblée une volonté collective. Le choix du statut juridique résulte d'une décision collective à l'issue d'un long processus de divers agencements. Outre les « actionnaires fondateurs », les souscripteurs successifs deviennent également actionnaires du projet.

Le système de financement dit participatif connaît ces dernières années une progression importante. La propagation de la présentation d'un projet fonctionne selon une logique de réseaux de connaissance, par accointances successives. Ce mode viral de financement est particulièrement utilisé dans le cadre des démarches entrepreneuriales territorialisées dans la mesure où les contributeurs et souscripteurs peuvent bénéficier ou, pour le moins se rendre compte, de la réussite d'un projet.

*

Entre expériences collectives et entrepreneuriat individuel, les acteurs portent un discours singulier sur leur projet et les raisons qui les ont conduits à le mettre en œuvre. Mais les mots et le vocabulaire employé renvoient néanmoins à des grands discours structurants. Ces derniers participent à la construction des affiliations.

Conclusion : Des discours au fonctionnement effectif des projets

*

Ces initiatives qui peuvent être formellement similaires dans leur fonctionnement et leur développement peuvent référer à de justifications diverses et appuyer leur légitimité sur des arguments assez éloignés. Elles usent toutefois d'un discours analogue concernant la place centrale du territoire et la création de valeur partagée avec la communauté ; ces deux objectifs se réalisant sur la base d'une relocalisation partielle ou totale des circuits économiques.

Section 3 – Démarches entrepreneuriales, territoires et valeurs

Les démarches entrepreneuriales territoriales peuvent enfin se comprendre au travers du lien qu'elles entretiennent avec le territoire et la question de la valeur. Ces conceptions fondamentales dans un projet économique constituent le fondement de toute création d'un réseau ; ils donnent un cadre de référence au rassemblement d'un ensemble des acteurs.

1. Formes des réseaux et rapport au territoire

On perçoit de fait l'existence de réseaux territoriaux mais ces derniers s'inscrivent souvent par ailleurs dans des structurations verticales ou trans-territoriales. Ces derniers se constituent en référence à une idée commune du territoire et des enjeux associés.

1.1. Réseaux horizontaux, réseaux verticaux et réseaux sociaux

Les individus et les organisations sont intégrés dans des réseaux locaux corrélés à des réseaux extraterritoriaux. Ces affiliations dépendent de la localisation des entités mais aussi – pour reprendre les termes de l'école des proximités (cf. Chapitre 3, section 1) – des logiques de similitudes aussi appelées conventions ; le partage de croyances, valeurs, normes favorisant l'insertion dans un type particulier de réseau. Dans la première section, nous n'avons fait référence qu'à la nature territoriale des coalitions et avons démontré que, répondant à une logique de proximité, les réseaux horizontaux sont soit homogènes (un groupement de producteurs défendant un objectif commun), soit hétérogènes (lorsque la démarche inclut des organisations et des individus aux attributs et objectifs différenciés). Mais les acteurs participant à ces démarches s'inscrivent aussi dans des réseaux extraterritoriaux. Ces derniers sont alors essentiellement forgés sur des logiques de similitude et d'appartenance.

En somme, ces coalitions peuvent être classées à partir de deux paramètres (Tableau 6) :

- l'homogénéité ou hétérogénéité des acteurs en relation (statuts juridiques, missions, objectifs, etc.) ;
- la nature horizontale ou verticale du réseau du fait d'un rapport hiérarchique entre les différents protagonistes ou d'encastrement successifs entre les différents échelons : locaux, départementaux, régionaux, nationaux, transnationaux.

Tableau 7 : Qualification des projets selon la nature de leurs réseaux

	Homogènes	Hétérogènes
Horizontaux	<ul style="list-style-type: none"> • liens établis entre des producteurs défendant un mode de production identique • réseau de projets semblables situés sur différents territoires mais indépendants autour d'échanges de bonnes pratiques 	<ul style="list-style-type: none"> • liens établis sur un territoire entre des entités issues des sphères publiques et privées autour d'un objet commun • regroupement de professionnels géographiquement proches, du producteurs au distributeur en passant par le transformateur
verticaux	<ul style="list-style-type: none"> • affiliation à des réseaux régionaux et nationaux permettant de bénéficier d'infrastructures (communication, formation, mise à disposition de compétences et de matériel) • structure hiérarchique souple avec un donneur d'ordre central et des structures territorialisées 	<ul style="list-style-type: none"> • Réseau plus vaste de reconnaissance d'enjeux communs autour de questions environnementales ou économiques rassemblant aussi des biens des acteurs de la société civile que du monde économique ou politique

Dans un même secteur, naissent des projets poursuivant des ambitions similaires, réalisés sur les mêmes territoires, parfois à des échelons différents et pris en charge par des acteurs aux caractéristiques propres : société civile, acteurs publics ou entrepreneurs au sens strict (encadré 19).

Encadré 21 : La production d'énergie à base locale : trois modalités de mise en œuvre (DET36, DET37 et DET49)

Dans le secteur de l'énergie, plusieurs initiatives territoriales se sont fédérées sous la bannière E.Coop qui « *essaime son modèle à l'échelle régionale afin de créer un lien direct entre producteurs et consommateurs et faciliter la réappropriation citoyenne de l'énergie. Il existe aujourd'hui 10 coopératives qui couvrent l'ensemble de l'hexagone.* »¹⁴¹ Deux coopératives sont établies sur les territoires étudiés, en Aquitaine et Midi-Pyrénées. Mais il existe en parallèle de nombreuses autres initiatives qui ne revendiquent pas leur appartenance à ce réseau national et s'inscrivent davantage dans une configuration locale. Ainsi DET49 s'ancre exclusivement sur un territoire culturel et installe des panneaux de production solaire sur les toits des bâtiments publics (à ce jour, le conseil d'administration ne souhaite pas utiliser de bâtiments privés).

¹⁴¹ Charte Enercoop (annexe)

C'est une SAS composée de membres de la société civile : retraités, salariés ingénieurs, chargés d'affaires, etc. qui n'envisagent pas de vivre de cette activité à la différence des porteurs du projet précédent qui fédèrent autour d'eux des adhérents plus ou moins actifs dans le projet. Enfin, outre ces deux premières démarches, une troisième forme a été étudiée : il s'agit d'une société mixte, concessionnaire des réseaux gaz, eau, électricité pour un territoire délimité. Appuyé et subventionné par les programmes TEPOS (Territoires à Energie POSitive) mis en place par l'Etat, elle développe des projets de production locale à partir du photovoltaïque, de la co-génération bois et de l'hydraulique. Dans ce troisième exemple, un salarié de la société mixte est mis à disposition pour coordonner et animer un réseau de producteurs en énergies propres.

On a donc ici à faire à trois types de démarches qui, si leur objet est commun : produire une énergie propre à partir des ressources du territoire, renvoient à trois modalités organisationnelles distinctes. Pourtant, ces différents projets poursuivent tous l'idée d'une coopération nécessaire d'un corps le plus vaste possible du territoire pour plus d'efficacité tant écologiques qu'économiques sans parvenir à se rassembler. La création de ces réseaux résulte la plupart du temps d'une histoire d'affiliations progressives. Le projet développé n'a pas toujours été pensé dès l'origine mais prend une forme singulière avec l'introduction de nouveaux partenaires. Dans le cas de l'entrepreneur solo, l'agencement et la réorientation du projet dépend des interactions entre celui-ci et l'écosystème entrepreneurial. Dans le cas d'un entrepreneuriat multi-acteur, la structuration de la démarche résulte d'un long processus émaillé de rencontres, de discussions, d'avancées, de freins et de bifurcations.

Encadré 22 : Une SCIC de production et d'approvisionnement en fruits et légumes biologiques (FOC27)

En 1993, des producteurs, des enseignants agricoles et les membres d'associations de protection de l'environnement posent les jalons d'un projet autour de la question de l'agriculture « biologique et durable » qui se matérialise dans la création d'une association. Celle-ci s'inscrit dans la fédération nationale des CIVAM, les Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu Rural, nés dans les années 1950. L'amorce d'une vraie démarche commune passe alors par un conventionnement avec un centre de formation agricole et une commune partenaire.

Son projet s'inscrit dans les principes soutenus par une fédération d'associations œuvrant pour un développement rural appuyé sur des pratiques agricoles éloignées des canons conventionnels. En 2005, ils sont rejoints par une communauté de communes qui s'engage notamment comme partenaire financiers. Un terrain de 35 hectares est mis à disposition et converti en agriculture biologique en 2008. L'année suivante, le projet accueille de nouveaux partenaires : organismes de développement agricole, nouveaux producteurs en maraichage bio, associations de consommateurs et de protection de l'environnement, et de partenaires financiers tels des fondations et l'Europe pour engager la démarche sur des objectifs précis : « *la fourniture de la restauration scolaire, les circuits courts, le développement de projets en agriculture bio, de la formation* ». A ce jour, la coopérative approvisionne les cantines de la communauté de communes ainsi que des épiceries et des restaurants privés, eux-mêmes souvent coopérateurs.

Les infrastructures disponibles, l'existence de certaines formes de technologies, la conformation géographique du territoire et enfin le discours auquel les acteurs adhèrent : entrepreneurial, action collective ou encore institutionnel donne une forme bien particulière au projet. Il s'agit, pour reprendre les termes de la théorie de l'acteur-réseau, d'opérations de traductions, c'est-à-dire de processus de transformations et de réorganisation des buts et des intérêts (Callon, 1986) ¹⁴²de telle sorte que certains acteurs s'excluent du processus quand d'autres y entrent. Parfois des initiatives peuvent être mises en échec, ostracisées par d'autres organisations qui récusent leur fondement et leurs objectifs. C'est le cas du projet territorial conçu autour des cantines scolaire dans un département au tournant des années 2000 (encadré 23).

Encadré 23: Introduire des produits bio dans les cantines : chronique d'un échec (DET16)

Au tout début des années 2000, des alliances se nouent à une échelle interdépartementale entre des associations de l'agriculture biologique et des salariés de la fonction territoriale en charge de la gestion des collèges.

¹⁴² Il ne s'agit pas pour nous de détailler les quatre étapes de la traduction : problématisation, intéressement, enrôlement, intéressement dans la meure où notre choix d'objet d'étude ne s'est pas porté sur une étude de cas mais sur un ensemble d'initiatives dont il serait illusoire de rendre de manière complète les processus d'émergence. Le concept de traduction nous paraît néanmoins recouvrir les processus à l'œuvre dans ces situations d'action collective.

Les associations de producteurs en faveur de l'agriculture biologique de deux départements limitrophes s'associent autour d'un programme expérimental d'approvisionnement de la restauration collective scolaire financé par le Conseil Général. Ce dernier est concluant puisque, bien avant la circulaire de 2008¹⁴³, plusieurs cantines de collèges et d'écoles primaires communales sont fournies en produits labélisés – au-delà du seuil fixé ultérieurement par la loi – par une SARL créée en 2005. Cependant, un grossiste, acteur important de la distribution alimentaire, soutenu par le préfet, va dénoncer ce contrat auprès de la Direction de la Concurrence pour concurrence déloyale. Le procès va affaiblir la PME qui se transforme en SCIC en 2006 et sera relocalisée dans l'autre département. Les deux Conseils généraux y adhéreront en 2011 mais l'essentiel de ses produits s'écoulaient maintenant hors du département.

C'est donc parfois moins les qualités intrinsèques d'un projet qui déterminent sa réussite que l'existence de freins ou au contraire de soutiens extérieurs favorables.

Encadré 24: Développer les circuits courts : chronique d'un succès (DET10, DET11 et DET12)

Le président d'une Chambre d'agriculture dont l'exploitation, gérée par ses fils a rencontré un vif succès dans la production et la commercialisation dans la GMS de produits transformés, favorise ce mode distribution sur son territoire. Fort de son réseau relationnel étendu (il a plusieurs fonctions importantes au niveau régional et national dans des administrations liées à l'agriculture) et du développement d'un service renforcé au sein de la chambre consulaire, il obtient des subventions et aides diverses pour soutenir plusieurs projets : la création d'un magasin de producteurs sous forme de SAS (2014), la mise en place du premier Drive bio au niveau national (2015), etc. En amont, en 2012, la Chambre consulaire avait activement participé à la création d'une association réunissant une trentaine de producteurs pour développer l'approvisionnement des cantines scolaire notamment. L'ambition non cachée est de concurrencer sur son territoire la SCIC soutenue par les organisations agricoles alternatives. Elle bénéficie d'une subvention confortable du Conseil Général à hauteur de 10 000 € par an.

¹⁴³ Article 48-e du Grenelle de l'environnement relative à l'introduction de 20% de produits sous signes de qualité dans la restauration collective publique

Mais la fixation des prix par les pouvoirs publics dans la restauration collective sont d'abord considérés comme trop bas par les agriculteurs notamment par rapport aux exigences de ce type particulier de client. La réflexion est aujourd'hui autour d'une plateforme de distribution.

Un écosystème favorable au développement d'initiatives de proximité peut être activé par l'entrepreneur lui-même en raison de l'existence de réseaux personnels permettant un accès facilité aux financements ou à des marchés potentiels. Mais les conditions de réussite peuvent aussi résulter de la rencontre opportune entre un porteur de projet et une nécessité pour des institutions publiques d'avoir recours à une structure territoriale à même de rendre un service en cohérence avec des injonctions des politiques publiques en faveur du développement durable des territoires (circuits courts, approvisionnement local de la restauration publique collective, recyclerie, production d'énergies propres, etc.). Si l'idée de territoire suscite un engouement général il réfère à des représentations différenciées tant en termes symboliques (quel est le périmètre légitime du territoire considéré par les acteurs ? comment les projets mobilise-t-il l'histoire de ce territoire ?) qu'en matière de développement économique (s'agit-il d'un développement endogène ou d'un développement exogène).

1.2. La mobilisation du territoire comme image : entre tradition et technologie avancée

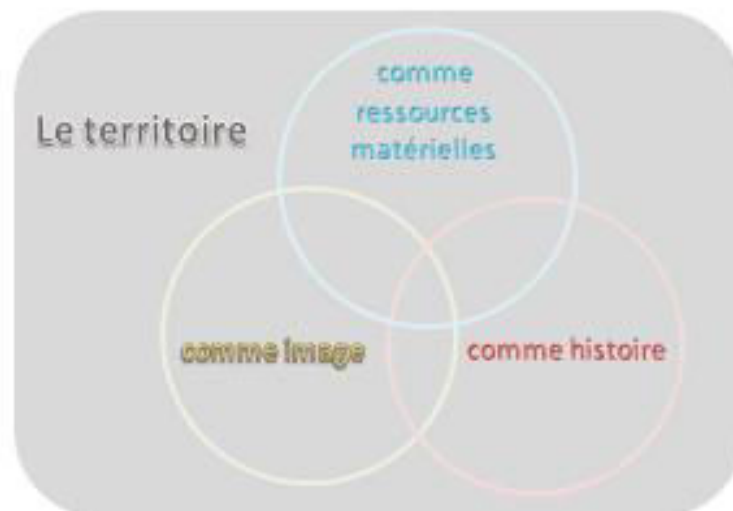
Le territoire possède une histoire culturelle – qui ne recoupe pas nécessairement la généalogie des découpages administratifs – qui peut constituer le terreau d'une dynamique entrepreneuriale. Cette référence à une origine ancienne, pour une part idéalisée, peut jouer un rôle non négligeable dans la mobilisation des acteurs et des projets et avoir une incidence sur la forme de ces derniers. Les attributs culturels d'une aire géographique sont activables pour la reconnaissance d'un savoir-faire artisanal, la réintroduction d'une race ou d'une semence, l'usage mimétique de technologies anciennes améliorées. Ils constituent en tout état de cause une « ambiance territoriale » (Mundler, 2011) favorable au développement d'un certain type d'initiatives. Ce fait ne peut être d'autant moins éludé que les territoires étudiés sont particulièrement attachés au maintien et à la transmission de certaines coutumes¹⁴⁴.

¹⁴⁴ Traditions qui sont elles-mêmes souvent le fruit de reconstructions historiques récentes. Pour prendre un exemple emblématique du Sud-Ouest, le maïs, utilisé comme ingrédient de base comme élément de la gastronomie (et dans l'alimentation animale), n'a été introduit sur cette aire géographique qu'au XVIIIème siècle.

Un entrepreneuriat articulé au retour au territoire s'apparente le plus souvent à une vision idéalisée du monde rural – plus qu'à un imaginaire citadin – dans laquelle la tradition joue un rôle d'aiguillon dans le développement des projets. Ainsi, dans le domaine agroalimentaire particulièrement mais aussi dans le domaine textile, on a vu se développer dès la fin des années 1970 (avec une accélération nette dans les années 1990) une économie dite de la qualité à côté d'une résurgence de l'intérêt pour les Systèmes de Production Localisés assis sur des savoir-faire traditionnels (clusters agro-alimentaires, artisanaux). Celles-ci ont la particularité de représenter la structuration de filières complètes à base territoriale et ce depuis une trentaine d'années.

La réintroduction d'une race, d'une variété ancienne ou la réactivation d'un savoir-faire renvoient aux trois dimensions du territoire : il est à la fois générateur de ressources matérielles, symboliques et historiques. En somme, le territoire peut être intégré à un projet autour de trois modalités autonomes mais qui, prise indépendamment les unes des autres ne suffisent pas à qualifier un entrepreneuriat dit territorial (figure 41).

Figure 41 : Les trois modalités de mobilisation du territoire dans un projet économique



Le territoire peut être utilisé pour promouvoir des produits permettant attractivité et, par conséquent, maintien des populations sur un lieu. Il est parfois seulement un élément de communication, une image inspiratrice pour le projet (encadré 26).

Encadré 25 : Le territoire comme support du *story telling* (DET7)

Reprenons le cas d'E., fondateur de DET7, entreprise viticole (cf. encadré 8). Sur le site internet du projet, on trouve un onglet « notre ancrage » qui, lorsque l'on clique dessus, fait apparaître de belles photos en noir et blanc des paysages du territoire sur lequel se déroule l'activité¹⁴⁵. Le territoire est alors décrit comme « *source d'inspiration* » pour l'entrepreneur qui peut inscrire son projet viticole dans une aire géographique, « *berceau d'une nouvelle culture gastronomique hyper créative* ». Il s'agit moins en effet de poursuivre une tradition existante – puisqu'il n'y a jamais eu vraiment de cultures de vignes sur cette zone (ou seulement pour la consommation familiale) et que le chai actuel est un ancien fort militaire –.

On reste ici dans une vision classique en termes de chaîne de valeur, le recours au territoire est moins « vrai » qu'il ne s'impose comme un argument marketing pour créer un supplément de valeur ajoutée pour l'entreprise (encadré 26 et 27).

Encadré 26 : Magasin revendiquant la vente de produits frais en circuit court (DET46)

Le magasin affirme sur sa devanture vendre des produits du terroir en circuit court faisant implicitement référence à la question d'une valeur apportée pour le territoire. Pourtant, lorsqu'on le visite, les étiquettes indiquent une provenance « France » ou « Honduras » pour les produits frais ; Lot-et-Garonne, Tarn pour les jus ; Allemagne pour les quelques conserves bio présentes. A l'exception de quelques produits du territoire (et encore ceux dont on peut juste affirmer que la transformation est réalisée localement), l'achalandage rassemble autant des produits du territoire proche qu'étendu (les départements limitrophes ou ceux d'autres régions) que des denrées venues d'ailleurs. A la question : « *pourquoi dites-vous alors que votre magasin propose des produits locaux ?* », « *parce qu'il faut bien que les consommateurs aient du choix. On ne peut pas prendre juste des produits du coin, il n'y aurait pas gran'chose* »¹⁴⁶. En outre, à l'exception des labels nationaux, « agriculture biologique » ou « Bleu, blanc, cœur » pour la production laitière, aucune charte qualité n'assure les conditions de production et de transformation locale des produits. Ils ne sont en fait pas connus des gérants du magasin.

¹⁴⁵ <https://www.egiategia.fr/notre-ancrage>

¹⁴⁶ Verbatim recueilli lors d'une conversation informelle en caisse le 25 mai 2016

Encadré 27 : Transformation d'une gérance Jeff de Bruges en magasin au nom évoquant le territoire (DET47)

Depuis 7 ans, une boutique Jeff de Bruges est installée en centre-ville. Au début de l'année 2016, elle disparaît pour laisser place à un marchand de glaces d'un côté et une chocolaterie de l'autre. La première boutique s'appelle désormais « Chez mamie », tandis que la seconde prend un nom évoquant la langue régionale. Après quelques échanges avec la vendeuse, elle nous dit assez spontanément que la patronne a décidé de ne plus être affiliée à Jeff de Bruges pour une question d'image. A la question « *D'où viennent les produits ? Sont-ils artisanaux ? Fabriqués localement ?* » : « *les glaces sont artisanales, elles sont fabriquées par un artisan de Charente Maritimes* »¹⁴⁷.

Ce changement de stratégie de la part de cette petite entreprise est le témoin d'une nouvelle demande d'authenticité, de produits identifiés comme artisanaux et locaux par les consommateurs (encadré 28).

Encadré 28 : Les produits du terroir... en provenance d'autres territoires (DET48)

Des produits transformés issus de la viande de porc, de bonne qualité gustative, sont vendus dans un bassin de consommation via des stands sur différents marchés de plein vent, dans des foires et des salons et la création de quatre boucheries-charcuteries dont la dernière ouvre ses portes cet été 2017. L'organe de transformation, implantée en zone rurale, ressemble extérieurement à une grande ferme, qui laisserait penser à une production artisanale quand il s'agit d'une usine semi-industrielle à base de porcs importés d'Espagne ou de Roumanie élevés de manière conventionnelle. L'entreprise use pourtant de tous les artifices pour faire croire qu'il s'agit d'une production de type artisanal utilisant des produits locaux. Aux objections que nous portons, l'argumentaire de l'entrepreneur pour justifier de l'ancrage territorial de sa structure se focalise sur le nombre d'emplois créés et sa volonté de faire croître son entreprise.

¹⁴⁷ Verbatim recueilli le 14 mai 2016 au comptoir

Le territoire est utilisé, dans l'ensemble de ces exemples, à des fins instrumentales : la valeur est créée en premier lieu pour l'entreprise grâce à l'image qu'il représente pour les consommateurs. Pourtant de plus en plus d'initiatives entendent donner corps à cette référence à un espace géographique et culturel donné : le territoire peut avoir une force performative. Prenons le cas de scandales dont le savoir-faire originel provient d'un des territoires que nous avons étudié. Après que la production se soit quasiment éteinte, un regain de cette activité est à l'œuvre depuis cinq ans grâce à une forte dynamique multi-acteur : entrepreneurs, pouvoirs publics locaux, associations s'organisent pour rendre effectif ce lien entre entreprises et territoire.

Encadré 29 : De la production artisanale de sandales à la délocalisation à sa relocalisation (DET43, DET44 et DET45)

DET43 est une marque de sandales créée en 1935. D'abord artisanale et de petite envergure, l'entreprise a connu une croissance progressive mais importante en se plaçant dans la catégorie de la chaussure haut de gamme pour tenter de résister à l'inondation du marché dans les années 1990 par des sandales à bas coût en provenance de Chine. En 2001, le fils, repreneur de l'entreprise familiale, revend l'entreprise qui sera ensuite cédée à un groupe, soutenu par un fond de pension du Crédit Agricole, en 2007. Ce dernier délocalise la quasi-totalité de l'outil de production en Tunisie, gardant une partie de la finition et la fonction logistique sur le territoire.

Au début des années 2010, plusieurs entreprises dont DET44 et DET45 se lancent dans la production de sandales en privilégiant un « retour aux sources » tout en apportant des touches stylistiques aux produits (nouveaux imprimés, chaussures griffées grâce à l'obtention de plusieurs licences). Elles contractualisent avec des artisans afin de (re)fabriquer les sandales dans un lieu emblématique, un village dans lequel cinq fabricants (alors qu'ils étaient encore une vingtaine dans les années 1960-1970) poursuivent encore cette tradition. Soutenu par les pouvoirs publics locaux, ce récent et encore fragile succès de ces chaussures labellisées « fabrication française » a permis la création de plusieurs emplois dans le village.

La recherche d'un fondement trouvé dans un retour à la tradition est bien souvent, si ce n'est dans la majorité des cas associée à des innovations technologiques :

« Mais c'est que je dis souvent : « ma grand-mère, elle faisait du circuit court et elle ne le savait pas : elle avait un client, un consommateur et voilà ! » Mais derrière ces démarches, aujourd'hui, il y a de véritables processus industriels qui se sont mis en place : vous avez des gens qui maîtrisent et même quelques entreprises ont réussi. » C18

*

Les réseaux se construisent en référence à un rapport particulier au territoire, à ce qui est projeté sur lui. Ce territoire est autant constitué d'organisations et d'individus qui ne partagent pas toujours des vues communes. Il est aussi le socle de ressources, tant symboliques que matérielles, que les initiatives mobilisent selon leurs priorités.

2. Circulation des biens sur le territoire et rapport à la valeur

La dernière question concerne la manière dont les ressources matérielles circulent, sont transformées ou protégées dans les démarches entrepreneuriales. En effet, la façon dont celles-ci sont considérées dans le processus économique renseigne sur les conceptions particulières de la valeur.

2.1. Des ressources aux débouchés

L'entrepreneuriat territorial, outre sa dimension organisationnelle, s'apparente à un ensemble d'initiatives dont le projet crée des actifs spécifiques sur le territoire. Les matières premières peuvent être de deux natures. Relevant du secteur primaire, elles sont issues de la production agricole, forestière ou de la mer. Nous faisons le choix arbitraire de ne pas inclure les autres types de ressources primaires : aciers, gaz, etc. dans la mesure où l'extraction et la transformation de ces dernières impliquent des investissements relativement conséquents et une technicité que seuls des acteurs de taille importante sont en capacité de réaliser. Nous incluons néanmoins, au titre de ressources primaires, l'utilisation de la force hydraulique et éolienne, de l'énergie solaire ou géothermique, puisque l'on a vu apparaître, avec la libéralisation du secteur de l'énergie, une variété d'initiatives territoriales dans ce domaine. Au rang des ressources du secteur secondaire, plusieurs projets se sont développés autour du recyclage et/ou du réemploi des déchets issus des industries ou des ménages du territoire voire de leurs propres déchets dans une logique d'économie circulaire. Enfin, dans le secteur tertiaire, des démarches entrepreneuriales visent à valoriser l'existant (hôtels indépendants en zone rurale, mise en réseau de services de santé ou culturels) selon les principes d'une économie dite collaborative ou participative.

Chaque histoire territoriale est singulière : si la même ressource est présente sur une aire géographique déterminée, elle sera différemment mise en valeur selon l'organisation sociale des micro-territoires qui la composent. L'exemple du bois sur le massif pyrénéen donne à voir une appropriation différenciée de la ressource : si la forêt constitue sur certaines zones un usage récréatif (randonnées pédestres, stations de ski, etc.), elle représente sur d'autres une ressource, une matière première qu'il s'agit d'activer (encadré 32). La question de la gestion du bois et des forêts a d'illustration dans les analyses sur la gouvernance des biens communs (Ostrom & Basurto, 2013).

Encadré 30 : Une SCIC de filière bois dans une vallée (DET8)

Dans une vallée relativement enclavée composée de six villages, une association socioculturelle est créée en 2008 afin de resserrer les liens entre ces différents lieux autour d'activités de loisirs « *mais surtout dans le but de mettre en valeur tous les atouts de la vallée d'H.* »¹⁴⁸. Apparaît alors l'intérêt que peut constituer la forêt pour générer de l'activité économique. Progressivement, une structure juridique voit le jour qui rassemble en son sein l'association socioculturelle, les élus des six villages, la communauté de communes, une commission syndicale, les propriétaires forestiers et les usagers. Le projet est fortement soutenu par un organisme public d'accompagnement de projets dans la zone de montagne. « *C'est une association qui voulait... y'a des jeunes dedans, qui voulait cette idée de créer une activité nouvelle sur la vallée, en s'appuyant ou en valorisant une ressource locale, là dans la vallée d'H., c'est le bois.* » (Salarié en charge de l'accompagnateur du projet, décembre 2014). Les habitants et les pouvoirs publics font en effet le constat que la majorité du bois de chauffage par le particulier ou utilisée par les professionnels provient de loin, suivant une logique de commercialisation via la grande distribution. « *Le constat a été fait qu'il y avait beaucoup de bois d'ailleurs, qui était vendu à Bricomarché* » (Salarié en charge de l'accompagnateur du projet, décembre 2014)

De la gestion du bois à l'artisanat d'art, du textile à l'épicerie de produits bio et locaux, de la réintroduction d'une variété de vignes à la relance d'une marque de skis, l'activité de production, de transformation ou de commercialisation s'articule à un lien fort au territoire.

¹⁴⁸ <http://hergarai-bizi.fr/> [consulté le 7 juin]

Les déterminants de ce lien sont de deux ordres. Tout d'abord il faut que la ressource soit présente localement (produits agricoles, bois, chanvre-tissus, matériel de vinification, etc.) que les partenaires locaux soient favorisés au détriment d'une recherche d'une matière première à moindre coût ou de qualité supérieure (encadré 32).

Encadré 31 : Un Food-Truck qui s'approvisionne localement (DET41)

Un Food Truck a été créé par deux cuisiniers de formation. Il s'installe chaque jour dans le parking d'une zone artisanale différente et propose des plats à emporter de qualité sur une gamme de prix moyenne à haute, valorisant le « fait maison » à base de produits locaux. Leur motivation à s'approvisionner localement, outre la qualité gustative des produits dont ils connaissent les conditions de production, est guidée par la volonté de soutenir économiquement les autres acteurs du territoire, en l'occurrence les agriculteurs locaux. Le circuit ainsi créé semble vertueux de plusieurs points de vue

C'est également la démarche d'épicerie qui, tantôt tenues par des producteurs associés, tantôt montées par des « entrepreneurs militants » qui favorisent le plus souvent des denrées biologiques, des produits écologiques et la distribution en vrac dans la logique d'un approvisionnement dit « locavore ». Les produits sont recherchés non du point de vue de leur prix mais dans une logique de cercles concentriques : si l'un d'entre eux n'est pas trouvé dans le rayon le plus proche, il sera alors recherché à une distance plus lointaine et ainsi de suite¹⁴⁹. Cette contrainte géographique est parfois doublée d'une discrimination des produits selon leur typicité et leur qualité. Les SPL qui répondent avant tout à des stratégies de marchés extérieurs laissent place à des initiatives qui cherchent désormais à se tourner vers la demande locale. Les logiques de différenciation par la typicité et la qualité dont la vocation était de répondre à des enjeux de compétitivité laissent peu à peu se développer des initiatives axées sur une volonté de croissance endogène et de souveraineté des territoires. Outre la question de l'échange économique, plusieurs autres dimensions sont convoquées dans ces projets.

¹⁴⁹ On parle de « locavorisme » lorsque les denrées alimentaires sont produites dans un rayon de 80 Km. D'autres concèdent le fait que certains biens puissent provenir d'une zone située à 200 km environ.

2.2. La question de la ressource et de sa préservation dans les projets : de la valeur économique aux dimensions sociales et environnementales

Trois conceptions de la valeur s'expriment : les deux premières sont orientées vers un principe de création, la dernière vers un principe de dé-création ou non-destruction de valeur. Dans une conception classique de la création de valeur, la valeur économique supplémentaire générée crée des retombées positives pour l'entreprise en termes d'emplois et pour la communauté plus large avec l'impôt. Cette conception de l'entreprise comme premier maillon de la richesse reste un argument fort chez de nombreux agents économiques. Pourtant ce paradigme n'est pas nécessairement partagé. On trouve d'autres types de projets où se dessine la volonté de faire coïncider « rentabilité économique » et finalités sociale et environnementale – soit la définition de l'entrepreneuriat social (cf. infra) –. Dès lors, la difficulté réside dans la possibilité de mettre en œuvre des activités aux retombées très positives (et souvent très utopiques en première lecture des projets) en termes d'emplois, de bienfaits environnementaux, etc.

Une SCIC de pêche artisanale et de transformation du poisson dont nous avons, avant le démarrage de la thèse, assister à l'émergence et à la structuration¹⁵⁰, tente de répondre au triple enjeu de la rentabilité économique pour faire perdurer d'organisation, à la nécessité d'agir pour la sauvegarde de la biodiversité et au respect de conditions sociales convenables pour tous les coopérateurs et plus largement pour la communauté territoriale.

Encadré 32 : Une marque collective associée et une SCIC de pêche artisanale et transformation (FOC13 et DET39)

Après qu'un diagnostic de territoire ait été conduit, la Communauté de communes S s'engage à soutenir six filières structurantes pour son territoire parmi lesquelles la valorisation des produits agricoles et agro-alimentaires requalifiés en filière « circuit court et agro-culinaire ». Dans ce domaine, un secteur en particulier demande un accompagnement soutenu : les produits de la mer. Celui-ci est en effet soumis à la concurrence d'un port situé de l'autre côté de la frontière ainsi qu'à la croissance des chalutiers pratiquant une pêche intensive avec des filets pélagiques.

¹⁵⁰ Il convient de préciser que nous avons suivi son évolution sans y être associés directement si ce n'est en périphérie du fait d'une commande de diagnostic territorial en 2012 autour de la valorisation des produits locaux sur le territoire d'une communauté de communes. Ce projet est encore aujourd'hui en construction et non pérenne.

Seuls quelques petits bateaux survivent encore, pratiquant une pêche à la ligne, soucieux de la nécessité d'une exploitation mesurée des ressources halieutiques en vue de leur préservation et de leur régénération. Pendant deux ans, les discussions entre producteurs, associations de consommateurs et pouvoirs publics et la mise en œuvre d'événements, destinés à faire connaître au grand public l'existence et l'intérêt de ces pratiques, permettent la structuration d'une association autour d'une marque collective privée. Puis une Société Coopérative d'Intérêt Collectif voit le jour en 2014 qui consiste en un atelier de transformation des produits de la pêche locale à destination, en premier lieu, de la restauration collective. Cette initiative financièrement soutenue par la collectivité locale bénéficie en outre d'une mise à disposition d'une chargée de mission à qui a été confiée la tâche d'organiser réunions et valorisation de l'outil de production.

La théorie selon laquelle les mécanismes de l'offre et de la demande et l'existence d'un prix d'équilibre permettraient de préserver la ressource, sa raréfaction progressive entraînant une hausse des prix et donc une moindre capacité des consommateurs à accéder à la ressource est mise en doute par des organisations de pêcheurs mais aussi par des associations locales de consommateurs qui s'inquiètent de plus en plus de la qualité sanitaire et gustative des aliments. Nombre d'espèces disparaissent en dépit de prix excessifs et d'une pêche intensive détruisant, par effet collatéral, des poissons jugés peu nobles et non rentables. De l'autre côté de la frontière, la pêche artisanale a disparue. Si elle se maintient, voire se relance sur les côtes françaises, c'est qu'elle est soutenue par la structuration et le financement d'organes de transformation que les pêcheurs n'auraient pu porter seuls.

Ce mécanisme est également à l'œuvre dans des projets agricoles où la résurgence de variétés anciennes et la volonté d'élever des races locales sont mises au premier rang. Dans le secteur de l'énergie, les déchets agricoles en particulier mais plus généralement l'utilisation des forces (hydrauliques, éoliennes, solaires) présentes sur le territoire sont valorisées. La gestion raisonnée des forêts et du bois ou encore la nécessité de proposer des infrastructures touristiques qui remplissent les conditions d'un développement durable constitue le point central de démarches entrepreneuriales territorialisées. En somme, le territoire apparaît comme un échelon adéquat de création de valeur économique qui ne nuit pas par ailleurs voire qui améliorent les aménités environnementales.

De manière à première vue paradoxale, cet objectif est poursuivi par des mouvements de décréation de valeur économique, par le retrait de certains intermédiaires du circuit économique et le raccourcissement de la distance spatiale entre les zones de production et de consommation et par le refus d'exploiter certaines matières premières ou des procédés de production jugés délétères pour l'environnement.

La question de la valeur peut donc être analysée du point de vue de sa nature mais qu'en est-il de sa destination ? La partie suivante traite de la manière dont des démarches entrepreneuriales relativement similaires se distinguent fortement en raison de la manière dont elle redistribue la richesse créée, sur ou hors du territoire.

2.3. Des démarches en apparence proches dans leurs discours et leur fonctionnement et qui se distinguent quant à la destination de la valeur

Prenons, pour illustrer notre propos, l'exemple des organisations de consommateurs : les AMAP, les groupements d'achat de consommateurs, les associations qui portent le projet des « supermarchés coopératifs et participatif » et les plateformes collaboratives. Ces démarches entrepreneuriales œuvrent à organiser un approvisionnement régulier de produits locaux et plutôt issus de l'agriculture biologique (ou, pour les biens non alimentaires, respectant les normes environnementales) à l'initiative de consommateurs. D'un point de vue fonctionnel, ces projets sont quasi-similaires. Chaque semaine ou quinzaine, les consommateurs et les denrées alimentaires – accompagnées ou pas de leurs producteurs – sont rassemblés sur un point fixe, un lieu de distribution. C'est la nature de l'engagement qui diffère fortement et distingue la finalité du projet.

D'un côté, par la voie contractuelle, les consommateurs paient et choisissent d'avance des produits pour l'année à venir. C'est le projet des AMAP qui ressemblent à n'importe quel type d'abonnements (téléphonie, Internet, plateforme de films et musique) : la mise à disposition des biens et services est payable d'avance. Plus de 100 AMAP sont présentes sur les territoires étudiés dont les premières sont apparues au milieu des années 2000. Elles sont regroupées dans des fédérations au sein desquelles se discute et se réécrit régulièrement la charte de fonctionnement. Celle-ci engage réciproquement et régulièrement des agriculteurs et des consommateurs à fournir et être présents lors des distributions d'une part et acheter par avance d'autre part des denrées alimentaires.

A ce principe est opposée la « souveraineté du choix » du consommateur (Dubuisson-Quellier, 2008) : ces derniers ont le droit de choisir à chaque commande passée les produits qui leur sied. En conclusion, les denrées alimentaires sont programmes d'action s'apparentent tantôt à un service : le droit à une alimentation de qualité et le devoir de soutenir la production en proximité ; tantôt à un bien marchand classique échangeable sur un marché de l'offre et de la demande. Il existe en effet de nombreux groupements d'achat plus ou moins actifs qui commandent, régulièrement ou ponctuellement, des produits distribués sur des lieux fixes ou changeants, en dur ou à l'extérieur. Parmi ces derniers, des organisations qui naissent dans les années 2010 se donnent pour objectif la création de lieux de distribution sous forme de « supermarchés » ; le modèle étant dépendant de seuils minimaux en nombre de coopérateurs afin de faire fonctionner la structure grâce aux 3h hebdomadaire consacré par chaque membre. Enfin, 11 ruches affiliées à *La Ruche qui dit oui !*, créée en 2011, reposent sur la prise en charge par un responsable désigné de l'organisation, ce dernier recevant une indemnité pour le travail réalisé.

Les entretiens réalisés auprès de structures locales retracent leur généalogie, les principes sur lesquelles elles se fondent et donnent à voir leur manière de quantifier l'information. Du côté des AMAP, le discours s'axe sur les valeurs défendues au sein de ces projets ; valeurs qui renvoient à la participation des membres en qualité de citoyens (plus que comme catégorie définie autour de l'identité de consommateurs et de producteurs) qui agissent pour un domaine considéré comme appartenant à la sphère du Bien commun.

« avec 300 familles engagées dans les 29 AMAP du Pays Basque, nous soutenons l'Agriculture Paysanne et aidons les « petits » paysans à rester sur leurs terres. » E2

Jamais n'apparaît la question des chiffres d'affaires, pourtant conséquents, générés par les distributions hebdomadaires. De la même manière mais à la différence notable que les membres ne sont pas engagés par contrat et paiement à l'avance sur une période déterminée, les groupements d'achat organisés de manière informelle ou sous forme associative, insistent sur leurs intentions de consommer des produits dans un rayon déterminé (« locavorisme ») pour des raisons environnementales, sanitaires et gustatives.

Dans l'argumentaire de l'association de promotion du supermarché coopératif et participatif, la dimension économique est beaucoup plus présente.

« Nous sommes aujourd'hui 400 membres actifs. Lors de deux précédentes distributions, nous pouvons revendiquer un chiffre d'affaires de 4000 € »

DET40

Dans cette dernière, tout comme dans les principes des ruches, le motif d'action des coopérateurs ou membres est associé à leurs attributs en qualité de consommateurs¹⁵¹, dans leur capacité à ne plus être passifs vis-à-vis de la grande distribution et à peser par le nombre sur les prix proposés par les producteurs. *La Ruche qui dit !* a déployé quant à elle une communication qui emprunte au discours des AMAP en dissimulant partiellement la stratégie de l'entreprise. C'est à cet endroit en effet qu'intervient la question de la distribution de la valeur. Si dans les AMAP, outre une cotisation de 5 à 10 € par an, l'intégralité des dépenses réalisées par les consommateurs reviennent aux producteurs, dans le cas de *La Ruche*, une commission de 16,7 % est appliquée sur l'ensemble des ventes. La moitié revient au responsable tandis que l'autre moitié est attribuée au siège social, Equanum à Paris, pour rembourser les frais bancaires et rétribuer les salaires des coordinateurs en région qui travaillent au développement de ruches locales. En outre, alors que le discours porte dans chaque de ces initiatives, considérées comme appartenant au secteur émergent de l'économie collaborative, sur la fin de l'intermédiation, seules les deux premières expériences mettent concrètement en œuvre cet objectif.

Tableau 8 : Caractéristiques des différentes formes d'approvisionnement

	DISCOURS	FONCTIONNEMENT	PARTAGE DE LA VALEUR
AMAP	sociétal	Horizontal collectif et part importante de travail bénévole	entièrement capté par le territoire
Groupements d'achat	entrepreneurial	Pyramidal intermédiaires rémunérés ou indemnisés	en partie captée par une entité extérieure
Supermarchés coopératifs	sociétal		
La Ruche qui dit oui !	sociétal		

Chaque organisation met en avant un discours propre à rallier d'autres consommateurs voire des financeurs pour soutenir et faire perdurer le projet.

¹⁵¹ Ces initiatives ne sont pas sans rappeler les ligues d'acheteuses ou les coopératives de consommations qui se développèrent dans la deuxième moitié du XIXème siècle.

En dépit d'arguments parfois éloignés voire opposés, l'ensemble de ces initiatives (AMAP, groupements d'achat et associations promouvant la création de supermarchés coopératifs, distribution en réseau) propose des fonctionnements assez similaires reposant sur un travail bénévole fourni par des consommateurs et un principe fondamental de soutien au territoire (ici en l'occurrence une agriculture locale et de qualité). Mais cet exemple est transposable à n'importe quel autre secteur : énergie, recyclage de matières premières secondaires, gestion du bois et des forêts, etc.

*

La question de la nature de la valeur et de sa destination apparaît donc comme déterminant dans l'émergence de ces démarches entrepreneuriales territorialisées. Il serait néanmoins fallacieux de dire que toutes ces initiatives produisent de la valeur économique pour le territoire et qu'elles n'ont que des effets bénéfiques en matières sociales et environnementales. Certains projets reproduisent en effet à l'échelle locale les mêmes conséquences négatives critiquées par ailleurs : pression les producteurs par la baisse des prix, production d'autres types de déchets, réintermédiation des échanges, etc.

Conclusion : Le projet, l'entreprise et le territoire

*

Beaucoup de projets se ressemblent pourtant les discours qui les fondent et les encadrent renvoient à des logiques différentes de désignation et d'appropriation des biens. Pour certains, l'entreprise est au centre du dispositif et la valeur doit lui revenir. Mais une autre partie des expériences étudiées renverraient davantage au cadre théorique des Biens communs, à savoir une gestion multi-acteur ayant des logiques propres et pour lesquels la recherche d'un consensus est nécessaire, établi sur des temps longs et toujours fragiles.

Conclusion : La capacité générative du territoire dans l'action

Cette première partie des résultats a consisté à appréhender les démarches entrepreneuriales territorialisées d'un point de vue statique et dynamique. En effet, elles ont été décrites de manière formelle tant du point de vue de la nature de leur ancrage territorial que de la nature des liens qui existent entre les acteurs qui les composent. Ces initiatives, loin d'être homogènes, renvoient à plusieurs réalisations qui mobilisent de manière différenciée le territoire spatial et organisé. L'existence de plusieurs modes de gouvernance, le repérage de deux grands types de discours, l'un sociétal, l'autre entrepreneurial, la distinction opérée entre un entrepreneuriat dit de conviction et un entrepreneuriat dit d'opportunité d'affaires, sont autant de facteurs qui contribuent à créer des dynamiques spécifiques d'affiliation. Ces processus de regroupement d'acteurs autour d'un projet singulier et en référence à des valeurs partagées révèlent l'activité de plusieurs réseaux sur une zone géographique déterminée.

La fin du chapitre aborde plus directement la problématique de cette thèse à savoir la question de la valeur au regard du territoire dans les initiatives territorialisées. Le lien entre l'ancrage territorial et ses effets en termes de création de richesses, ce terme ouvrant des perspectives plus larges que celui de valeurs, se définit successivement de deux manières. La valeur occupe d'abord une place dans le discours et y prends des sens différents, entre création et anti-gaspillage, valeur économique et aménités environnementales ; elle doit ensuite être mesurée. Le recours au territoire peut constituer un fondement stratégique d'une nouvelle opportunité d'affaire ou la valeur économique qui résulte du processus d'échange peut être subordonné à d'autres types valeurs (volonté politique de souveraineté, transition énergétique, etc.). En d'autres termes, deux questions sont au cœur du phénomène de l'entrepreneuriat territorial : quelle est la nature de la valeur créée et quelle est la part prise par la prépondérance d'une valeur autre qu'économique (environnementale, sociale) ; à qui est destinée cette valeur, selon sa nature, et qui, du territoire ou de l'entreprise, est désormais au cœur du processus entrepreneurial.

Chapitre 7 – Résultats pratiques : repérer les initiatives et mesurer les retombées pour le territoire

Aborder le phénomène des démarches entrepreneuriales territorialisées dans une perspective dynamique induit de focaliser l'attention sur la manière dont ces projets émergent et se structurent autour d'un projet commun. Ce chapitre conclusif entend réordonner la description du phénomène proposée dans le chapitre 6 pour construire une typologie à partir d'une grille d'analyse. Cette dernière s'élabore en référence aux attendus de la théorie des réseaux qui enjoint à opérer un déplacement du regard des actants humains vers les actants non humains. Seront donc considérés comme des maillons constitutifs des réseaux, l'origine des ressources, la manière dont les biens produits et transformés circulent et enfin le rapport à la valeur, entre création et non destruction, entre valeur économique pour l'entreprise et aménités environnemental et bien-être social pour le territoire. Cette grille de lecture se fonde donc sur une décomposition des facteurs de production requis par les démarches entrepreneuriales territorialisées, à savoir le travail, rémunéré ou pas, et le capital qui se décompose en capital circulant et capital fixe. Notre attention se portera essentiellement sur le capital circulant que nous nommons par la suite ressources matérielles.

Il s'agit donc de proposer une typologie de ces initiatives sous la forme de graphes conformément à la théorie des réseaux. Pour cela, il faut créer un certain nombre de repères, des représentations graphiques qui constitueront les maillons du réseau. Le premier axe, une entrée par les actants humains, permet de dessiner les contours d'une typologie des initiatives en qualifiant les entités impliquées et les relations qui s'instaurent entre elles. Le deuxième axe, une entrée par les actants non humains, montre dans quelle mesure les idées et les choses participent à la structuration des liens entre acteurs. L'enjeu est donc de construire une représentation du réseau basée sur la description des attributs des maillons qui le composent croisée à une caractérisation des arcs pour décrire les liens entre les actants

Section 1 - Entrée par les actants humains : statut, fonction de l'initiateur et mode de gouvernance

L'entrée par les actants consiste, dans notre schéma, à spécifier le statut et la fonction d'une entité, elle-même insérée dans un circuit ou une filière économique renvoyant à un type particulier de gouvernance. Elle réfère donc à deux dimensions :

- la qualification de l'acteur d'un circuit de proximité selon qu'il appartient à la sphère privée ou publique, et au fait qu'il agisse tantôt en qualité d'organisateur, tantôt en tant qu'acteur marchand ;
- le mode de gouvernance doit être entendu comme le principe qui régit à la fois l'entité elle-même (individuelle ou collective) et la manière dont elle s'insère dans le circuit territorialisé : celui-ci relève-t-il d'une coordination marchande classique ou est-il régi par un cadre juridique plus contraignant ?

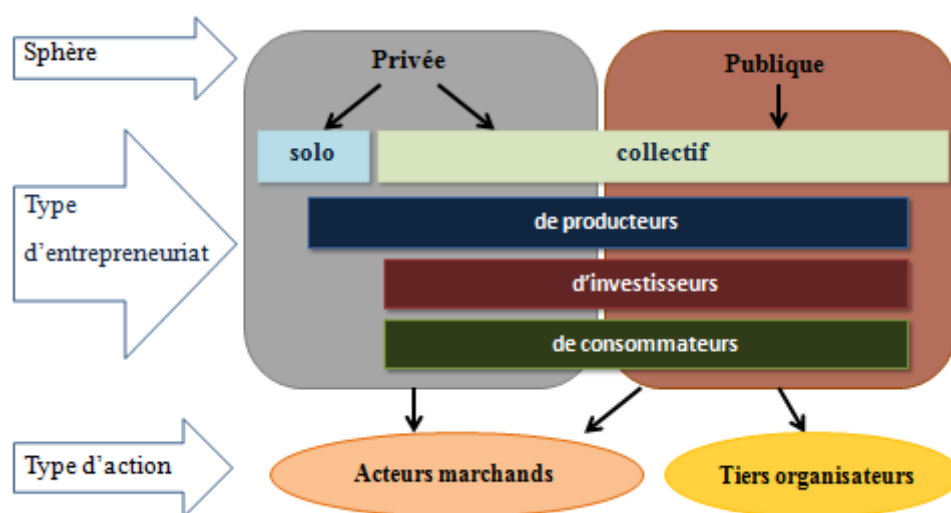
1. Qualification du circuit économique à partir des acteurs qui le composent

L'initiative d'un projet peut être celle d'un entrepreneur au sens classique du terme mais aussi de tout autre individu ou groupe d'individus qui entendent produire un bien ou un service articulé à une volonté d'ancrage territorial. De fait, il peut s'agir d'acteurs marchands, c'est-à-dire d'agents qui, en qualité de producteurs ou de consommateurs, individuels ou institutionnels, participent à un circuit économique ou d'acteurs non marchands au sens où ils ne contribuent pas directement à un échange monétaire mais participent néanmoins activement à la structuration et à la régulation d'une activité marchande. Dans l'un et l'autre cas, ils appartiennent tantôt à la sphère privée, tantôt à la sphère publique, avec le cas particulier des SCIC qui sont composés de différents collèges dans lesquels peuvent siéger des acteurs privés et publics. On distinguera d'abord deux types d'entrepreneuriat : solo et collectif. On différenciera ensuite :

- un entrepreneuriat de producteurs au sens où les porteurs de projets entendent vivre de leur activité ;
- un entrepreneuriat d'investisseurs qui rassemblent des porteurs de projets qui veulent faire vivre un projet dans lequel ils investissent de l'argent et/ou du temps ;
- un entrepreneuriat de consommateurs dans la mesure où les porteurs de projet organisent une activité qui leur permet de s'approvisionner selon leur choix.

Si le premier cas est facilement repérable, les deux autres recouvrent plusieurs cas de figure. De l'investisseur privé qui entend retirer une plus-value de sa mise de départ aux souscripteurs qui veulent avant tout faire vivre une idée, de la collectivité territoriale qui coordonne et finance la mise en place d'un outil collectif aux bénévoles qui font tourner une épicerie, les exemples sont légions (figure 44).

Figure 42 : Qualification de l'entité à l'origine d'une démarche entrepreneuriale territorialisée



Pour rendre ces catégories opérationnelles, on peut définir quatre sortes d'impulsion entrepreneuriale dans les démarches entrepreneuriales territorialisées (figure 49). Elles sont incarnées par plusieurs types d'acteurs : l'entrepreneur solo ; l'entrepreneur collectif ; l'acteur public ; l'acteur privé (autre qu'entrepreneur).

– Le premier type, l'entrepreneur solo, correspond à une personne voire à un petit groupe de personnes qui, par leur initiative et quel que soit par ailleurs le statut juridique présent ou à venir de leur entreprise, cherchent à vivre de leur activité, à générer une rémunération de leur travail. Si ces entreprises individuelles sont nécessairement reliées aux autres acteurs du territoire par des liens marchands classiques, elles peuvent aussi prendre part à un projet plus global. Ce dernier prend alors la forme d'un entrepreneur collectif :

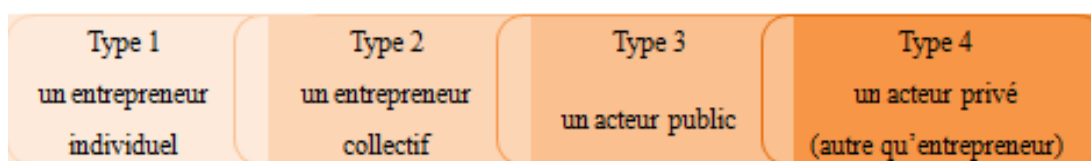
– l'entrepreneur collectif désigne ici un groupement d'entreprises qui se rassemblent autour d'un objet (un produit ou un service) qu'elles entendent promouvoir par la création notamment de nouveaux marchés et de circuits économiques territorialisés.

Ces structures collectives peuvent impliquer dans leur fonctionnement (financement ou partenariat) des acteurs autres telles que les institutions publiques, elles-mêmes parfois instigatrices de démarches :

- l'acteur public, les collectivités territoriales, les services déconcentrés de l'Etat ou parapublic, les chambres consulaires, les associations de développement économiques interviennent à différents échelons territoriaux (communes, EPCI, Conseils Départementaux, Régionaux, etc.) en qualité de financeurs, d'accompagnateurs mais aussi de coordinateurs de certaines initiatives en cohérence avec les injonctions des politiques publiques. Ils peuvent agir conjointement avec des acteurs privés qui ne sont pas des entrepreneurs :

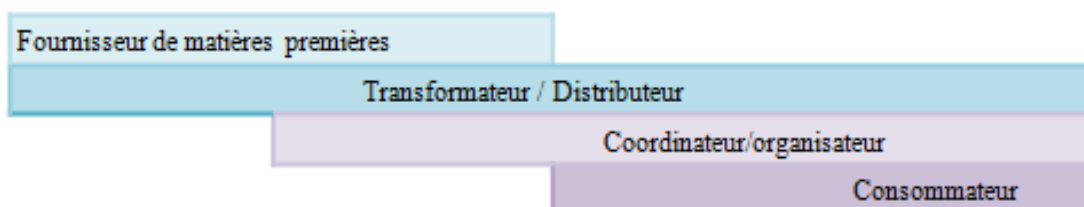
- l'acteur privé, autre qu'entrepreneur, comprend des structures associatives et coopératives qui soutiennent les démarches entrepreneuriales soit en tant qu'accompagnateur soit en qualité de consommateurs ou de souscripteurs.

Figure 43 : Les quatre types d'impulsions entrepreneuriales



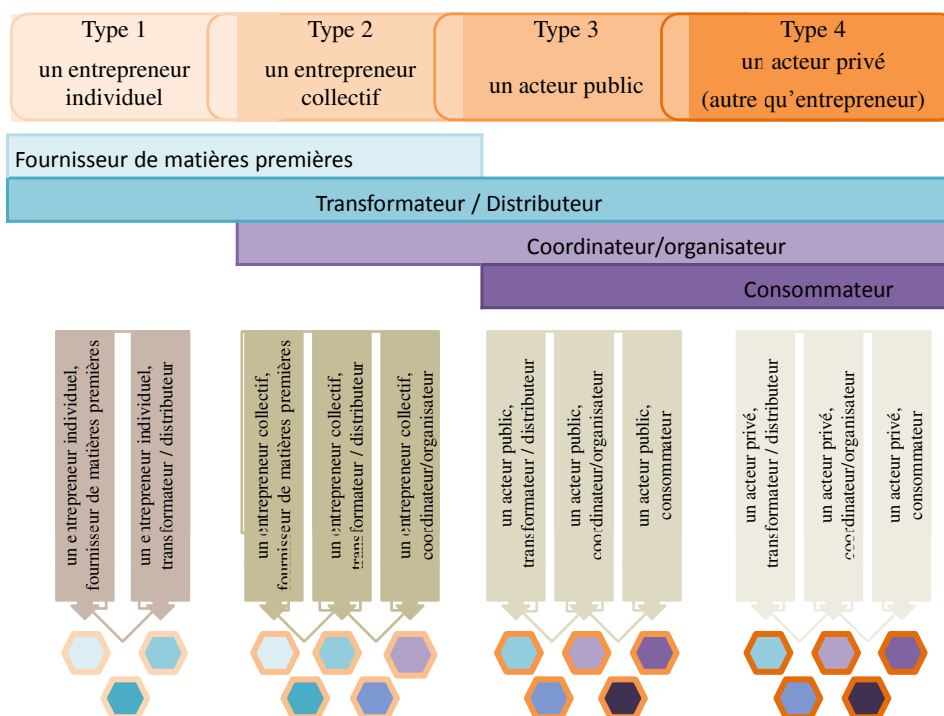
Ces catégories d'acteurs identifiés comme des déclencheurs potentiels d'une activité entrepreneuriale possèdent en outre une place déterminée dans le circuit que nous avons réduit, pour faciliter la lecture, à quatre fonctions (figure 44) : le fournisseur de matières premières ; le transformateur / distributeur ; le coordinateur / organisateur ; le consommateur

Figure 44 : Les quatre fonctions dans le circuit économique



Il résulte de cette double distinction une représentation de certain maillon du réseau (figure 45) tandis que les autres peuvent seulement avoir une fonction dans le circuit territorialisé sans avoir pour autant les caractéristiques de l'impulsion entrepreneuriale.

Figure 45 : Représentation graphique des maillons du réseau à partir d'une lecture acteurs



L'ensemble de ces acteurs, parce qu'ils insèrent leur projet dans une logique de territoire, prennent place dans un mode spécifique de gouvernance, voire plusieurs. Après avoir qu'ils aient été repérés à partir de leur sphère d'appartenance et de leur fonction dans le circuit économique, il s'agit de renverser la perspective et se placer cette fois du point de vue du réseau dans lequel ce dernier est inséré.

2. Qualification du circuit économique à partir des modes de gouvernance qui le régissent

Ainsi, une deuxième étape de l'entrée par les actants humains consiste à s'intéresser à la manière dont ces démarches sont « administrées ». La notion de modes de gouvernance (Williamson, 1981) est ici mobilisée pour désigner la nature des relations, fondées sur des contrats marchands ponctuels ou réguliers, inscrites dans des cadres juridiques plus ou moins contraignants pour ceux qui s'y engagent. Outre les deux modalités classiques de la coordination par le marché et de la hiérarchie, d'autres structures de gouvernance hybrides ont été repérées. Le fonctionnement en réseau (Powell, 1990) est fondé sur des relations contractuelles de subordination effective avec un donneur d'ordre principal et des entreprises secondaires elles-mêmes hiérarchiquement subdivisées. Cette grille d'analyse s'applique plus particulièrement au monde industriel et serviciel caractérisé par une forte division du travail mais peut s'appliquer à certaines des initiatives étudiées.

D'autres modes croisés d'organisations peuvent permettre d'éclairer des formes spécifiques de démarches à fort ancrage territorial. Tout d'abord, les structures de gouvernance associative caractérisées par un fort degré d'ouverture et un faible investissement des adhérents (Rouquet, 2013) sont en constante augmentation depuis une vingtaine d'années. Elles se forment à partir de logiques de proximités spatiales et/ou de partages de conventions communes. Le coopérativisme (Demoustier, 2001) a également été étudié au prisme de la grille des coûts de transaction (Cartier, Naszalyi, Pigé, 2012) et fait la preuve de son efficacité particulièrement du point de vue de leur stabilité en période de crises. Aussi peut-on proposer une répartition des initiatives territoriales en fonction de leur configuration selon qu'elles obéissent aux principes de la coordination marchande régie par l'autonomie des différents maillons de la chaîne de production et ceux de la consommation, du réseau dans lequel des entités autonomes sont intrinsèquement liées à une entreprise-mère, de la coopérative ou du monde associatif.

Si l'on admet l'existence de ces quatre structures principales, la réalité reste plus complexe. Parce qu'elles sont envisagées dans le cadre de la théorie des réseaux, les modalités de gouvernance s'interpénètrent (figure 46), chaque maillon du réseau étant engagé dans plusieurs combinaisons : une entreprise privée peut participer à un circuit via la coordination marchande tandis que, active dans un projet collectif, elle y adhère en tant que coopératrice. En outre, chaque mode de gouvernance renvoie à des sous-modèles :

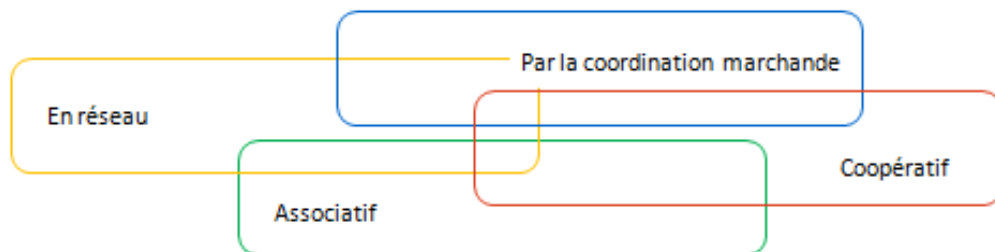
- la coordination marchande peut se réaliser via des contrats marchands ponctuels. Mais, plus proche des relations coopératives ou associatives, ils peuvent se renouveler sur le long terme par une forme d'engagement moral ;

- le mode de gouvernance coopératif correspond à deux modalités distinctes, l'actionnariat d'une part, le sociétariat d'autre part, sans que cela ne présume des motifs des coopérateurs, entre intérêt bien compris de chaque participant et poursuite d'un projet transcendant les intérêts privés ;

- la structure en réseau renvoie à la description classique de liens de subordination entre une entreprise-mère et plusieurs fournisseurs mais aussi, dans le cadre des démarches entrepreneuriales territorialisées, entre un acteur public en charge d'une politique publique et des acteurs du territoire incités à y répondre ;

– la configuration associative est tantôt formelle (association loi 1901) tantôt informelles (les modes relationnels sont identiques à ceux qui prévalent dans une structure aux statuts juridiques déposés). Elle peut être le fait d'individus ou d'organisations qui se regroupent en vue de réaliser certains objectifs impossibles à obtenir par une entité seule.

Figure 46 : Interpénétration des modes de gouvernance



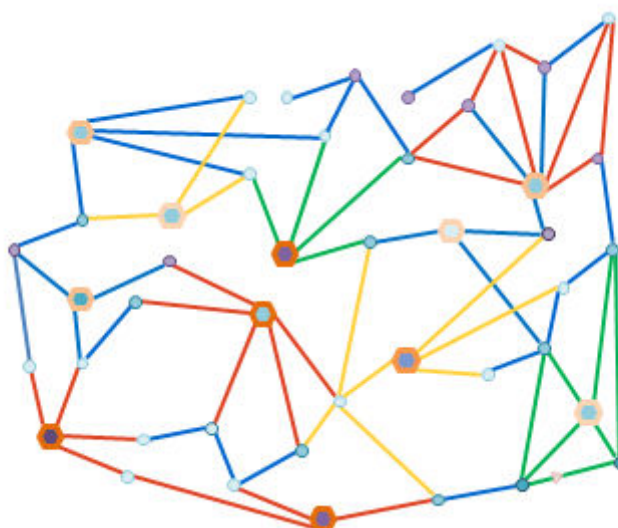
La grille d'analyse des modes de gouvernance n'est pas appliquée en tant que telle mais dans la mesure où elle permet de décrire les réseaux étudiés pour lesquels peuvent être distingués deux niveaux enchevêtrés : chaque entité possède sa propre structure de gouvernance tandis qu'elle est aussi en interrelations avec les autres acteurs du territoire. Aussi, cet abord permet en premier lieu de caractériser les démarches entrepreneuriales territorialisées même si les montages juridiques des initiatives repérées peuvent parfois mixer deux structures de gouvernance¹⁵². Dans un deuxième temps, il s'agit de déceler et d'explicitier les liens qui existent entre les acteurs, individuels ou institutionnels, qui interagissent sur le territoire et à l'extérieur de ce dernier. Ne nous situant dans une étude de cas d'une ou de plusieurs organisations mais dans le cadre de la théorie de l'acteur-réseau, le regard se porte sur les différentes entités participantes et leurs interrelations. Il n'est pas rare en effet qu'un maillon du réseau soit en interaction avec d'autres selon plusieurs modalités. Des relations peuvent se nouer dans le cadre d'échanges marchands classiques entre un producteur et un consommateur mais chacun d'entre eux peut par ailleurs participer à une autre initiative territoriale soit en qualité de membre actif d'une association, soit en tant que coopérateur. L'intérêt d'une telle représentation réside dans sa capacité à démontrer l'interdépendance des acteurs impliqués dans des démarches entrepreneuriales et rompre avec une vision trop entitative et figée.

¹⁵² La Ruche qui dit oui ! est un SAS composée d'actionnaires majoritaires et minoritaires, de salariés, d'une importante réserve d'auto-entrepreneurs et d'une part plus résiduelle d'associations travaillant pour le compte de l'entreprise-mère. Cet aménagement juridique relève à la fois d'une structure actionariale et d'une coordination marchande voire d'une structure en réseau puisque les auto-entrepreneurs sont dépendants d'un donneur d'ordre.

Conclusion : Synthèse de l'entrée par les actants humains

En définitive, l'entrée par les acteurs fait émerger quatre types d'impulsions entrepreneuriales qui peuvent remplir cinq fonctions principales dans le circuit économique et qui inscrivent leur action dans quatre modes de gouvernance. On peut proposer une première schématisation des démarches entrepreneuriales qui prennent en compte cette triple exigence (figure 53)

Figure 47 : Typologie des démarches entrepreneuriales à partir d'une entrée actants humains



Cette schématisation tente de mettre en exergue à la fois l'existence d'un grand réseau et de sous-réseaux spécifiques. Les maillons qui constituent le graphe sont quasiment tous inter-reliés dans la mesure où ils participent la plupart du temps à plusieurs circuits économiques. Ces différents circuits, comme autant d'infra-réseaux, sont caractérisés par des liens spécifiques. Adosser à la notion d'impulsion entrepreneuriale, la définition de l'entrepreneuriat territorial inclut d'autres acteurs que l'entrepreneur qui met en œuvre une stratégie rationnelle corrélant fins et moyens. Le déclenchement d'un projet peut être le fait de la communauté territoriale via les instances qui la représentent : les associations de consommateurs par exemple participent à la structuration de marchés de proximité ; les organismes publics locaux peuvent inciter la création de dynamiques économiques locales.

Section 2 - L'entrée par les actants non-humains : ressources, valeurs et territoires

La deuxième déclinaison de la typologie se réalise du point de vue du point de vue des actants : les ressources matérielles, la conception du territoire et le rapport à la valeur représentent les trois dimensions structurantes des actions entrepreneuriales territorialisées.

1. Origine, nature et localisation des ressources

Les ressources sont soit destinées à la consommation finale, soit à la consommation intermédiaire. Dans l'un et l'autre cas, elles peuvent être des matières premières, brutes, consommées en l'état ou des matières premières secondaires. Il peut s'agir aussi de biens transformés qui restent dans le processus de production ou sont à destination de la consommation finale. Ces ressources matérielles, appelées aussi matières premières, sont destinées à deux types de consommation :

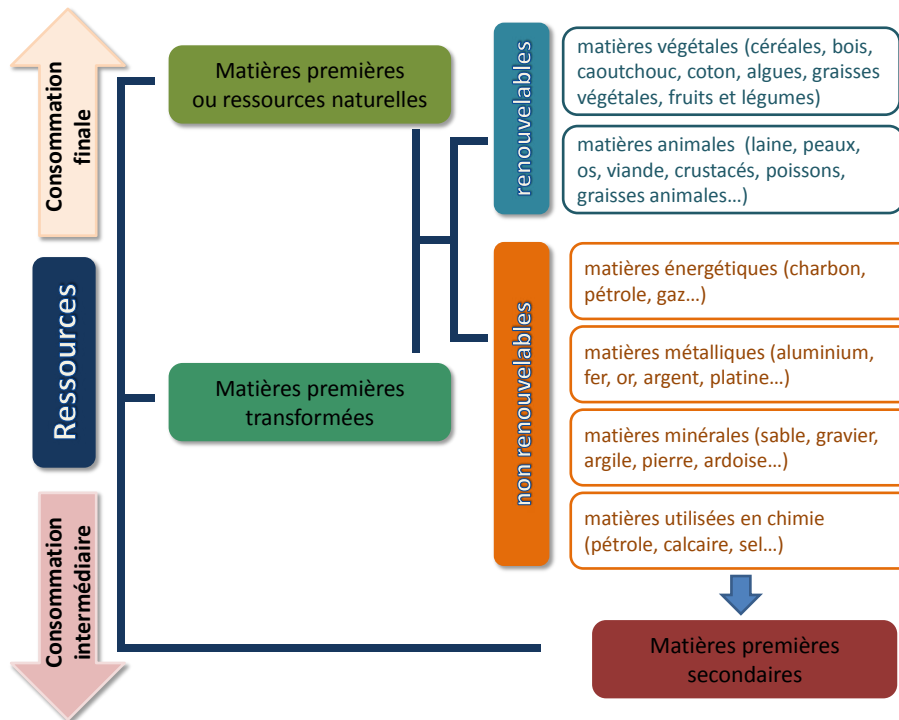
- finale lorsqu'elles sont totalement détruites ;
- intermédiaire lorsqu'elles poursuivent leur transformation dans le processus.

Elles se séparent en trois catégories :

- les matières premières s'apparentent à des ressources naturelles ;
- les matières premières transformées le sont, suite à la phase initiale d'extraction des ressources, pour être transportées et acheminées plus facilement ;
- les matières premières secondaires sont des matières premières dont la particularité est d'être entrées dans un processus de recyclage ; elles ont déjà fait l'objet d'une première utilisation soit au stade de la production, soit à celui de la consommation.

Une part de ces matières premières, secondaires et transformées sont renouvelables tandis que d'autres sont non renouvelables.

Figure 48 : Les ressources : définition et types



A des fins de modélisation, ces trois types de ressources primaires et secondaires sont ré-agencées en deux grandes catégories :

- les matières premières dont celles ayant subi une première transformation pour leur transport et les matières premières secondaires
- les matières transformées localement et les biens de consommation finaux, d'autre part (figure 50).

Dans un souci de lisibilité, nous avons fait le choix de ne pas distinguer les ressources naturelles des ressources recyclées tout comme nous n'avons pas retenu leur caractère renouvelable ou non.

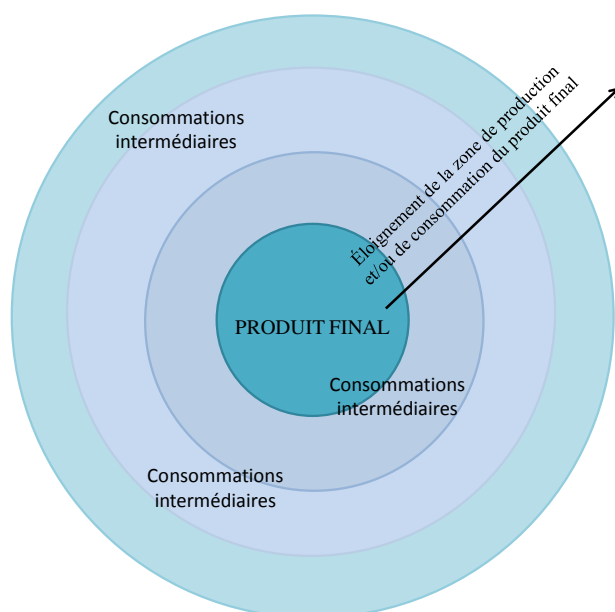
Figure 49 : Les deux types de ressources



On pose par principe que les démarches entrepreneuriales territorialisées sont animées par une volonté de s'approvisionner en ressources présentes à proximité. Pour autant, en dépit d'une vision idéalisée, ce schéma reste relativement rare : le processus de production implique le recours à des consommations intermédiaires qui doivent, pour une part d'entre elles, être recherchées dans des filières extraterritoriales. Certaines initiatives ambitionnent une forme d'autonomie territoriale en incorporant dans le processus économique d'un ensemble de ressources locales, d'autres se donneront des marges de manœuvre pour opérer une discrimination des intrants sur le principe de la minimisation des coûts de production. En somme deux logiques, lorsqu'il est impossible de trouver une ressource ou produit fini à proximité, s'applique à la recherche de consommations intermédiaires nécessaires à la production hors du territoire :

- la première est guidée par deux types de considérations, parfois, associées :
 - géographiques : la recherche procèdera dès lors par cercles concentriques ; les ressources qui n'existent pas dans le premier cercle autour du territoire considéré seront alors recherchées dans le cercle suivant et ainsi de suite ;
 - les conditions de production : les caractéristiques de la ressource remplissent un certain nombre de critères qui se rapportent à des valeurs et décisions propres aux porteurs de projets comme le respect de critères écologiques ou sociaux dans les conditions de production par exemple ;
- la deuxième correspond à un principe plus classique de choix par le prix. Le territoire est ici davantage utilisé comme image de marque et argument marketing.

Figure 50 : Schéma de la conception d'un produit au regard de la localisation des consommations intermédiaires



Les ressources matérielles peuvent provenir en totalité du territoire et être destinées à la consommation locale, ou en partie seulement. L'importation d'une partie des ressources ou la vente du produit fini ne se réalise pas à proximité de la zone de production. Le circuit de proximité peut donc se définir à partir de la provenance des matières premières, de la localisation des consommations intermédiaires et de celle des organes de transformation et de distribution. Elles circulent, elles sont produites, transformées, distribuées et consommées, entre différents maillons du circuit économique, présents sur un même territoire ou situés à l'extérieur du périmètre territorial. Le paragraphe suivant définit l'entrepreneuriat territorial par la manière dont les biens, les ressources matérielles brutes et transformées, s'extrait et se « déplacent » sur le territoire rendant compte de la dimension dynamique de ce phénomène.

2. Circulation spatiale et fonctionnelle des ressources sur les territoires

Enfin, les ressources sont issues du territoire ou proviennent de l'extérieur de celui-ci. Suivant le mouvement inverse de celui emprunté par les ressources, la valeur ou les valeurs générées par leur exploitation ou leur non-destruction reviennent au territoire ou en partie seulement.

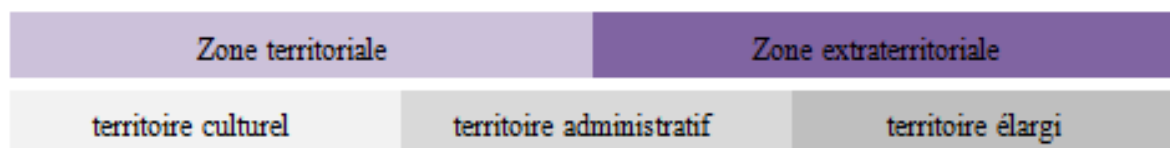
Définir l'intérieur et l'extérieur d'un territoire est, comme nous l'avons vu, difficilement décidable du fait du caractère subjectif et construit de ses limites. Aussi, par adoption d'une convention, nous proposons trois zones :

- un territoire culturel est une zone considérée comme tel par ceux qui l'occupe. Ses frontières renvoient à une histoire souvent idéalisée. Il n'en demeure pas moins que des attributs géographiques, la localisation de plusieurs villages au sein d'une vallée par exemple, peuvent fonder des organisations sociales et des liens économiques singuliers ;

- un territoire administratif est une zone dont les limites sont déterminées par les pouvoirs publics et les compétences associées à cet échelon. Ces territoires administratifs peuvent être les départements mais aussi les communautés de communes ou les communes. Les Pays sont un cas particulier dans la mesure dans ces territoires administrés sont des tentatives de calques des territoires culturels ;

- la zone extraterritoriale correspond à toute zone qui se situe en dehors de ces deux territoires.

Figure 51 : Détermination des zones intra et extraterritoriales

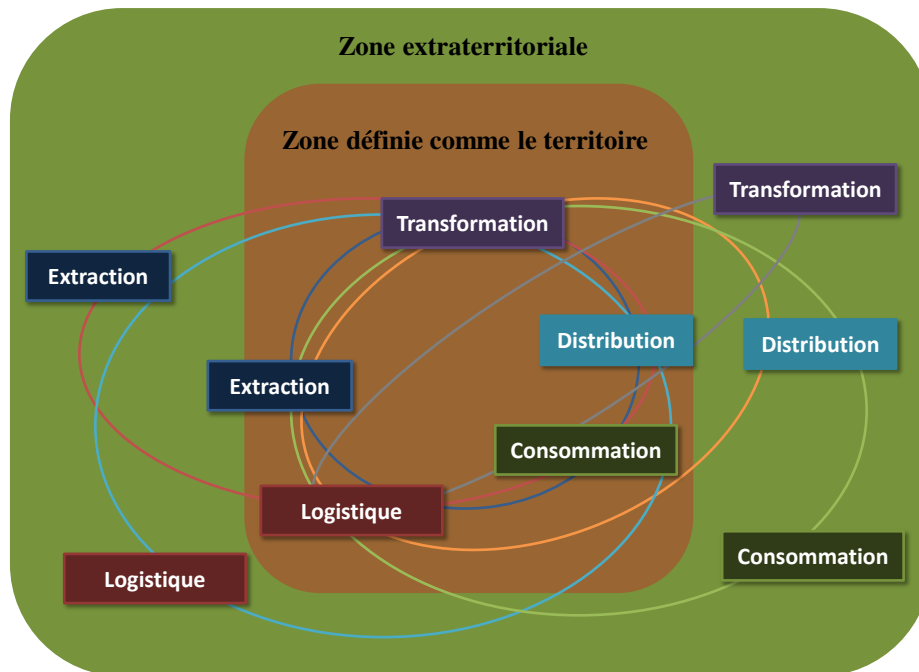


La question de la circulation des ressources recoupe pour une part celle de la fonction des différents acteurs du processus de transformation/distribution/consommation des ressources ; les biens circulant le long d'une chaîne de production. Mais si les organisations sont situées et fixées sur les territoires, les ressources quant à elles circulent et se transforment progressivement. Passant d'un acteur à l'autre, localisé en divers endroits d'une zone définie comme intra ou extraterritoriale, le circuit peut être ainsi être décrit comme :

- territorialisé si la chaîne économique, du producteur au consommateur en passant par les intermédiaires, se réalise toute entière sur une même zone géographique ;

- étendu si la ressource est véhiculée chez certains acteurs du circuit qui se situent à l'extérieur du périmètre territorial.

Figure 52 : La chaîne économique de la démarche entrepreneuriale territorialisée entre circuit intra et extraterritorial



Etant entendu que le territoire n'est pas défini une fois pour toute mais que, dans la perspective constructiviste que nous avons adoptée, il dépend du point de vue des acteurs, alors la France entière peut être désignée comme un territoire (cf. par exemple le label *Origine France Garantie*¹⁵³). Toutefois, dans le cas présent, nous gardons comme limites les périmètres des aires géographiques indiquées dans la commande de ce travail de recherche. Une fois ce postulat posé, on observe qu'il existe un nombre important de déclinaisons quant à la forme du circuit économique.

3. La nature et la destination de la valeur monétaire et non monétaire

Ces déplacements des ressources et marchandises engendrent une création de valeur à chaque étape de l'échange économique : de l'extraction à la consommation finale en passant par la transformation et la distribution. L'objet des échanges, de la matière première au bien de consommation, génère une valeur différemment distribuée selon les circuits. Elle recouvre deux formes : monétaire et non-monétaire (figure 57).

¹⁵³ <http://www.economie.gouv.fr/cedef/label-origine-france-garantie>

Figure 53 : Qualification de la valeur



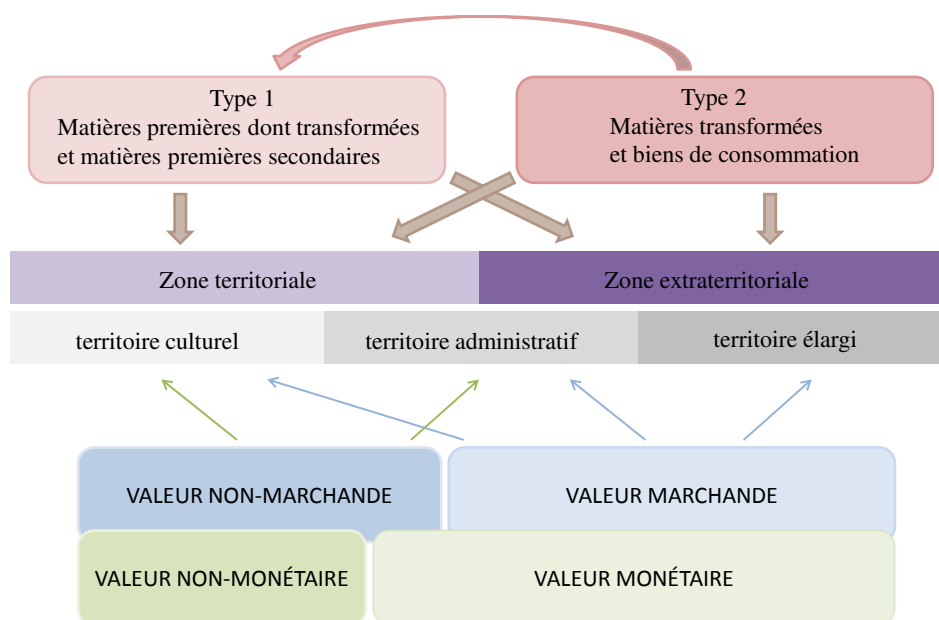
La première acception est centrale, chacun des agents s'engage dans un processus marchand soit en tant qu'acteur direct, soit en qualité d'institutions structurantes de l'activité économique. Mais la valeur d'un projet peut aussi se lire dans sa capacité à générer d'autres types de retombées positives, parmi lesquelles les aménités environnementales, la création et le maintien d'emplois sur les territoires, la résurgence de certains métiers, l'autonomie, la gestion commune des ressources, etc.

*

Conclusion : L'entrée par les actants non-humains : synthèse

L'entrée par les actants non-humains permet de croiser les dimensions des origines et types des ressources à leur circulation spatiale et fonctionnelle au regard de la valeur monétaire et non monétaire. Les actants circulent dans le processus de production subissant différentes étapes de transformation jusqu'à la consommation finale, source parfois de nouvelles matières premières. Ils génèrent ainsi une création de valeur, valeur qui recouvre plusieurs acceptions, qui se répartit entre les différents maillons de la chaîne. Mais la nature et la répartition de la valeur doivent être appréhendées au prisme d'une spatialisation des échanges : de la ressource à la marchandise, le processus économique est aussi spatial. Les marchandises circulent également sur des espaces géographiques et socialement construits (figure 54).

Figure 54 : Schéma des démarches entrepreneuriales à partir d'une entrée actant



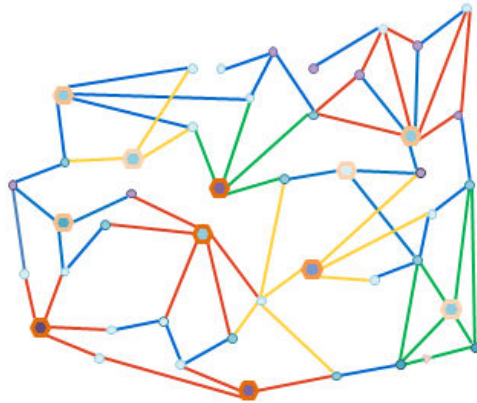
L'extraction, la transformation, la distribution et la consommation, finale ou intermédiaire, des ressources – en somme leur circulation – sont mises en perspective dans leur rapport au territoire et à la conception de la valeur défendue dans les projets. Cette seconde entrée recoupe le schéma des acteurs puisque les deux dynamiques, celles des acteurs et celles des ressources, sont indissolublement liées.

Section 3 - Synthèse et typologie des initiatives à la croisée des trois dimensions : acteurs, ressources et territoire

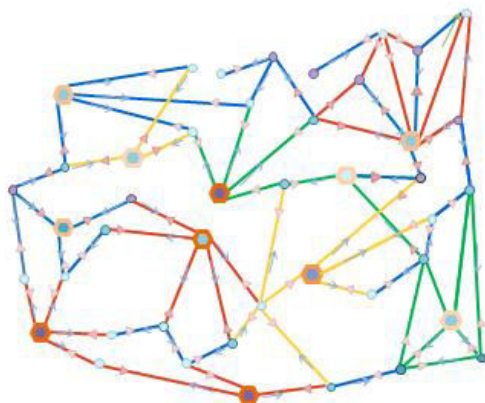
La dernière étape de cette construction d'une grille d'analyse consiste à rassembler les différents éléments que nous avons décrits indépendamment les uns des autres. Nous allons pour cela procéder en plusieurs étapes.

1. Synthèse des résultats : acteurs, ressources, valeurs et territoires

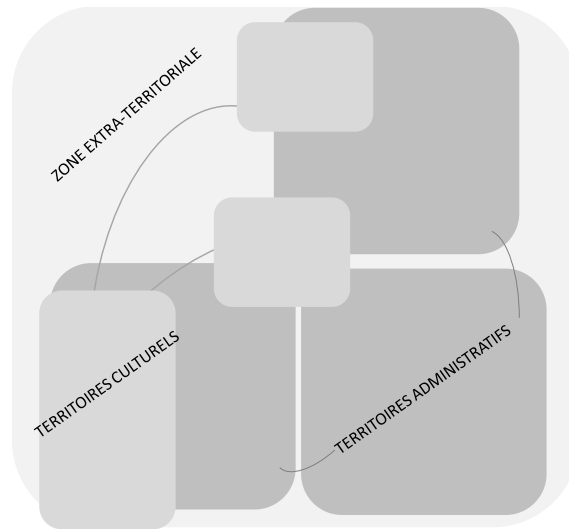
La première consiste à reprendre la figure 53 qui représente un réseau composés de maillons et arcs soit les relations entre les différents acteurs ou fonctions dans le processus de production.



Sur cette base, il s'agit ensuite de montrer le sens de circulation des marchandises... lequel est inverse à la circulation de la valeur monétaire.

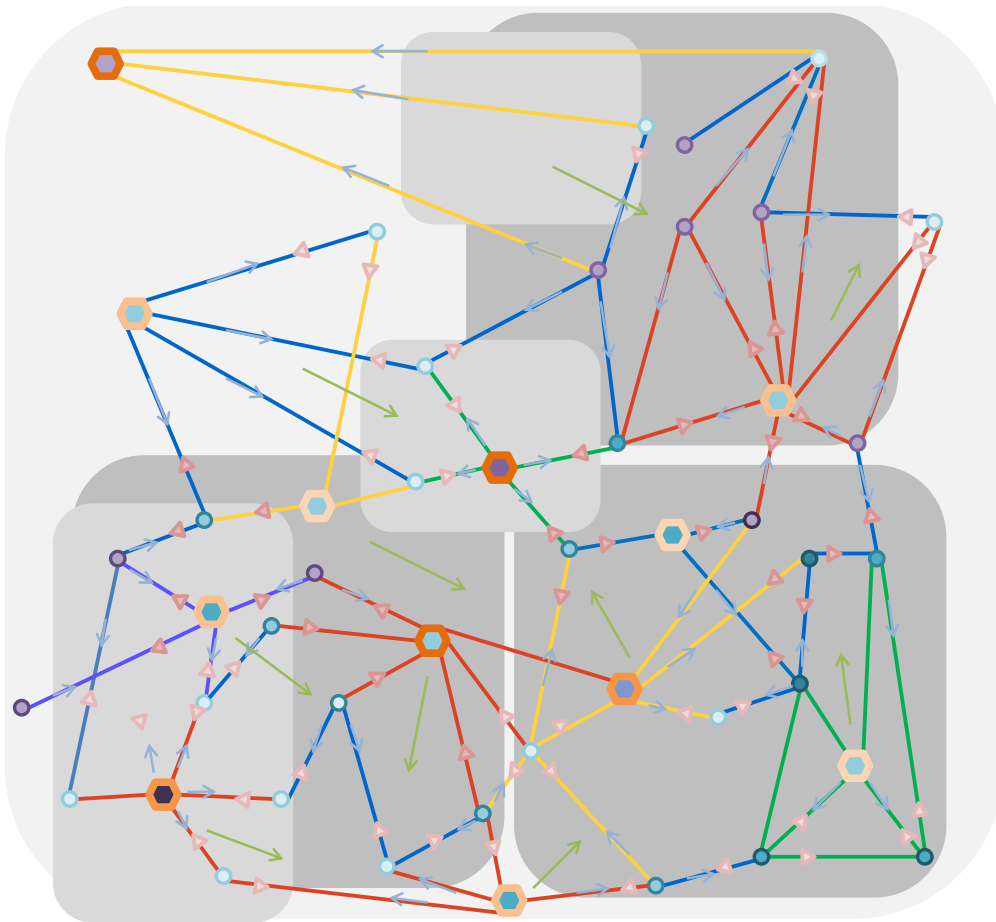


Il est également question de souligner les effets de ces démarches entrepreneuriales en termes de valeur non-monnaire. Cette dimension reste toutefois difficile à représenter sur ce type de schéma. Cela n'a de sens qu'à la condition de rajouter dans ce schéma des aires territoriales.



L'ensemble de ces éléments, lorsqu'ils sont amalgamés les uns aux autres laissent apparaître un schéma global qui fait apparaître les différentes formes des démarches entrepreneuriales, leur intrication ainsi que la circulation de marchandises et de la valeur monétaire et non-monnaire (Figure 58).

Figure 55 : Schéma général des démarches entrepreneuriales



- | | | | |
|--|--------------------------------------|--|--|
| | Entrepreneur individuel | | Matières premières et secondaires |
| | Entrepreneur collective | | Matières premières transformées |
| | Acteur public | | |
| | Acteur privé (autre qu'entrepreneur) | | |
| | Fournisseur de matières première | | Fournisseur, distributeur, transformateur |
| | Transformateur/Distributeur | | Distributeur, transformateur, organisateur |
| | Organisateur/coordonateur | | Organisateur, coordinateur, consommateur |
| | Consommateur | | |
| | Territoires administratifs | | |
| | Territoires culturels | | |
| | Zone extraterritoriale | | |
| | Par la coordination marchande | | Sens de circulation de la valeur monétaire |
| | Coopératif | | Création de valeur non monétaire |
| | Associatif | | |
| | En réseau | | |

A partir de cette représentation, il est dès lors possible d'extraire des réseaux et de porter un regard plus précis sur ces derniers pour proposer une typologie.

Il ressort quatre types de réseau :

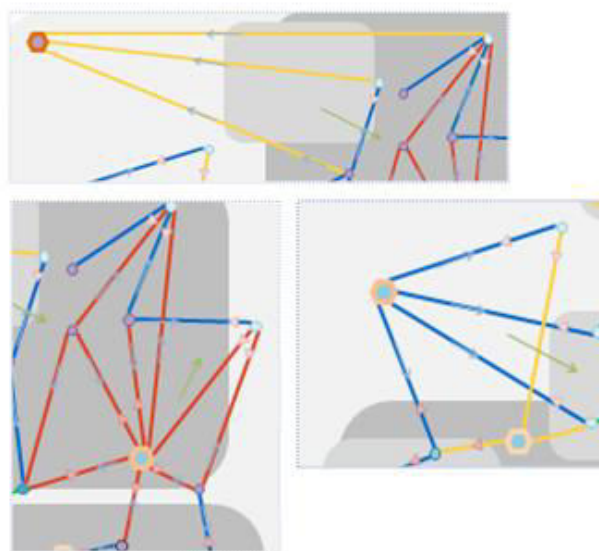
- structure en réseau avec intermédiaire marchand (figure 59)
- structure en réseau avec coordinateur non-marchand (figure 60)
- structure horizontale de production (figure 61)
- structure horizontale de consommation (figure 62)

Les deux premières structures sont de nature verticale au sens où il existe une forme de subordination d'un ensemble d'acteurs (producteurs et/ou consommateurs) à une instance qui organise ces relations. En l'absence de celle-ci, la démarche n'aurait pas vu le jour et les relations marchandes qui se sont construites n'existeraient pas. Les deux autres structures sont de nature horizontale dans la mesure où les acteurs qui produisent ce réseau sont sur un pied d'égalité. L'introduction ou la défection de l'un d'eux peut engendrer une modification substantielle du projet. En outre, la question du juste prix, tant pour les producteurs que pour les consommateurs, relative donc, est au cœur de la démarche.

2. Les quatre structures principales des démarches entrepreneuriales territorialisées

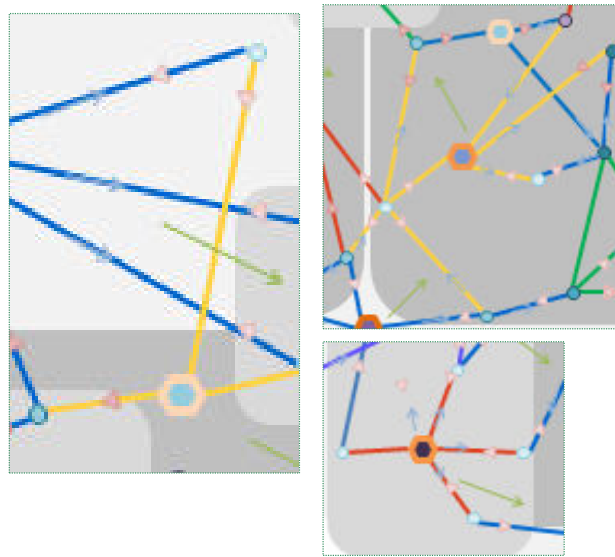
Pour représenter chacune des structures, nous avons procédé par extraction du schéma général (figure 58) des figures correspondantes.

Figure 56 : La structure en réseau avec intermédiaire marchand



Le « donneur d'ordre » est coordinateur, organisateur de l'ensemble des interrelations. Il crée, par des incitations marchandes et la mise à disposition d'outils techniques (plateforme numérique, logistique, locaux), une dynamique relationnelle entre producteurs et consommateurs. Le déclencheur de l'impulsion entrepreneuriale est dans la majorité des cas un opérateur privé, entrepreneur ou investisseur, qui propose des fonds et un dispositif propre à remplir les conditions requises pour des échanges marchands pérennes. Les liens qui s'établissent entre les différents maillons du réseau sont de nature coopérative, en réseau ou de marché. Une partie de la richesse monétaire créée par les échanges est captée par le coordinateur. De fait, dans ce premier type de réseau, la valeur monétaire ne reste pas forcément intégralement sur le territoire ; cela dépend de l'emplacement du siège et de la localisation des marchés qui peuvent se situer à l'extérieur (si l'on réfère à la notion de valeur-client). En outre, on retrouve ici un schéma assez classique de l'entrepreneuriat où la valeur économique revient vers une entreprise pour laquelle le territoire comme entité symbolique et réalité organisationnelle représente un moyen de créer de nouvelles opportunités d'affaires. Les retombées en termes de valeur non-monétaire sur le territoire, que ce soit la juste rémunération des producteurs (réalisée au travers d'un lien direct producteur/consommateur sans intermédiaire), la notion de qualité (différenciation entre modes de production répondant à des chartes plus ou moins strictes) ou encore la question environnementale, peuvent être sacrifiée à l'aune de la nécessité de rentabilité économique. Cette dynamique est favorisée par la distance, tant géographique que conventionnelle, entre les décideurs et les enjeux propres à chaque territoire.

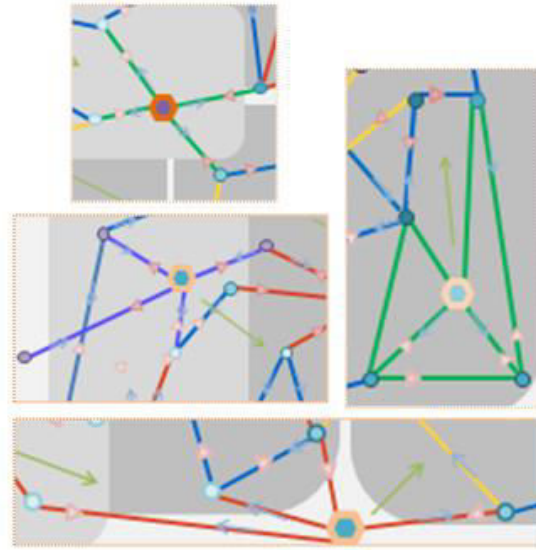
Figure 57 : Structure en réseau avec coordinateur non-marchand



La différence fondamentale avec le premier réseau réside dans le fait que ce service de mise en relation est gratuit pour les bénéficiaires. De fait, la place du territoire est première par rapport aux logiques économiques individuelles. Cet objectif est poursuivi par des collectivités, des administrations de l'Etat ou des organisations parapubliques qui appliquent, sur leur territoire d'intervention, des politiques publiques, nationales ou régionales, qui favorisent le dynamisme économique. Les deux principaux leviers utilisés sont la mise à disposition d'infrastructures et la consommation publique – qui doit tendre vers l'exemplarité (Circulaire du 3 décembre 2008)¹⁵⁴. Si, de la même manière que dans la structure en réseau avec intermédiaire marchand, le « donneur d'ordre » proposent des moyens techniques (plateforme numérique, logistique, locaux), il permet aussi la création de marchés territorialisés par des arrangements juridiques (rajout de critères dans les marchés publics, marchés de gré à gré) ou des régulations collectives (autour notamment de la fixation des prix). Les liens qui s'établissent entre les différents maillons du réseau sont de nature associative, coopérative, en réseau. La valeur économique créée a vocation à rester entièrement sur le territoire dans une perspective de développement endogène. Les effets autres qu'économiques, sociaux et environnementaux, dépendent des conventions décidées par les partenaires du projet qui vont décider conjointement de mettre l'accent sur l'une de ces dimensions.

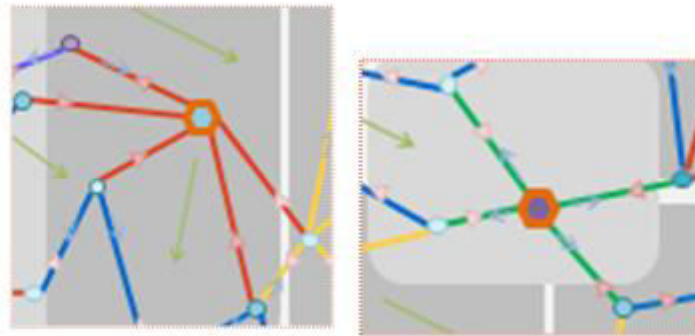
¹⁵⁴ Le pouvoir public peut, dans certains cas, fixer des prix calculés du point de vue du seuil de dépenses maximal de la commande publique.

Figure 58 : La structure horizontale de production



Qu'ils s'agissent d'une association de producteurs en vue d'acquiescer un outil commun de travail ou d'un regroupement autour de la promotion d'un type particulier de production ou de fabrication, les structures horizontales de production sont caractérisées par des liens associatifs, coopératifs ou de marché. Ces réseaux se fondent sur un principe de complémentarité ou de similarité. Dans le premier cas, chaque élément du maillon remplit l'une des tâches inhérentes au processus de production, de l'extraction de la matière première à sa distribution, en passant par sa transformation. Dans le second, les différentes composantes sont relativement identiques et leur rassemblement résulte précisément d'une volonté de valoriser collectivement des pratiques individuelles (défense d'une mode de production ou valorisation d'un bien identique). Ces démarches entrepreneuriales territorialisées sont le fait d'une kyrielle d'acteurs qui, selon leur nombre, engendrent deux formes de circuits : les circuits longs de proximité dans lesquels la division du travail est importante ; les circuits courts qui impliquent peu d'acteurs – un producteur, un consommateur et, au plus, un intermédiaire – résultent de l'internalisation de certaines tâches par une seule organisation, que celle-ci soit de petite ou de grande taille. La valeur économique revient entièrement aux acteurs territoriaux participant à ces initiatives mais dépend de marchés qui se situent à l'extérieur du territoire. Les effets non monétaires de ces échanges pour le territoire dépendent, comme dans la structure en réseau avec coordinateur non-marchand, des règles fixées par les protagonistes. Toutefois, plus la zone de production est réduite, d'une part, et plus le lien aux consommateurs est étroit, plus les gages de qualités gustatives, les conditions sociales et environnementales de production sont strictes.

Figure 59 : La structure horizontale de consommation



La structure horizontale de consommation ressemble, par plusieurs aspects, à la structure horizontale de production. La différence fondamentale relève de la nature des maillons du réseau qui sont des consommateurs ou des souscripteurs. Dès lors le point de focalisation n'est plus l'ancrage du processus de production mais celui du processus de consommation. Par nature isolés, les consommateurs se rassemblent au sein de structures associatives ou coopératives pour faire émerger des organisations leur permettant d'acquérir des biens produits selon des critères sociaux et environnementaux. Par nécessité de transparence, par souci d'éviter des intermédiaires pour retrouver un juste prix et enfin raccourcir les distances parcourues par les biens, ils cherchent à orienter les pratiques économiques dans la sphère de la production. Ils créent des infrastructures plus ou moins complexes, du point de rendez-vous ponctuel sur un lieu déterminé à la création d'un service de distribution pérenne, dans lesquelles ils s'investissent soit par des actions bénévoles soit par des souscriptions. Certaines d'entre elles créent également des emplois de salariés. Le territoire, central dans ces projets, est favorisé par une démarche de préférence locale. Aussi la valeur économique jusque-là destinée à des circuits économiques déterritorialisés est-elle progressivement ramenée vers la production locale. Concernant la question des aménités et le respect des conditions de travail, ces deux variables opèrent également comme critères de choix pour des consommateurs soucieux d'ajouter un acte « politique » dans cet acte du quotidien.

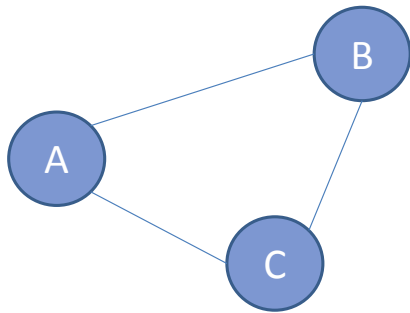
3. Des schémas aux triades

Après que chaque structure a été présentée schématiquement et que ses caractéristiques ont été décrites, des exemples concrets, issus de notre terrain, illustreront notre propos. Mais, pour correspondre aux présupposés de la théorie de l'acteur-réseau, le résultat final prendra la forme d'une triade, unité fondamentale de toute relation. Nous utilisons ici la forme du graphe simple sans toutefois nous engager dans la complexité des analyses logarithmiques (degrés de centralité, de cohésion, de densité, équivalence structurale, trous structuraux, etc.).

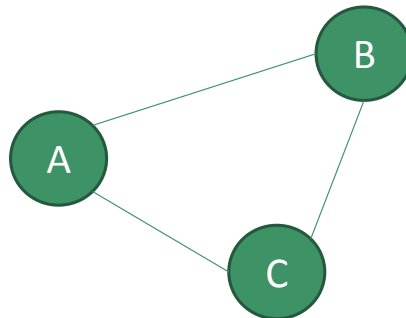
Il s'agit de les mobiliser ici davantage dans la perspective de l'acteur-réseau, c'est-à-dire de montrer la nature des maillons et des liens qui fondent chaque démarche. La triade est composée de trois éléments qui peuvent représenter des individus ou des groupes d'individus ou, comme nous l'avons précisé plus haut, des choses, des éléments non-humains qui participent à la structure singulière d'un réseau. A représente les acteurs impliqués dans le circuit économique ; B, l'organisation qui les rassemble ; C, le discours qui soutient la démarche au regard de la valeur (au sens pluriel du terme) qu'il génère pour le territoire.

Figure 60 : Les quatre triades, structures de base des démarches entrepreneuriales territorialisées

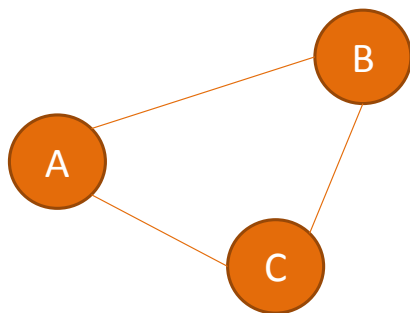
Triade avec intermédiaire marchand



Triade avec coordinateur non-marchand



Triade horizontale de production



Triade horizontale de consommation

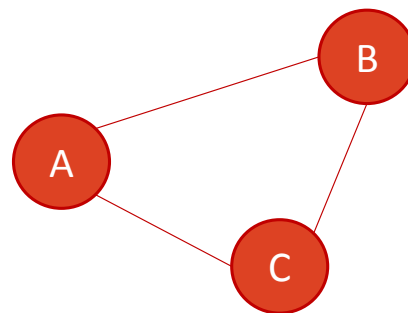


Tableau 9 : Caractéristique des maillons et exemples de démarches

		CARACTERISTIQUES DES MAILLONS
TRIADÉ 1	A	Un coordinateur, des producteurs et des consommateurs
	B	Une entreprise privée individuelle ou collective
	C	La valeur économique est créée pour l'entreprise Le territoire est mobilisé comme moyen de la création de valeur économique, les aménités sont secondaires
TRIADÉ 2	A	Un coordinateur, des producteurs et des consommateurs
	B	Une entreprise collective ou un réseau
	C	La valeur économique est créée pour le territoire, à destination des producteurs et des consommateurs Le territoire est prédominant dans la démarche du point de vue des échanges économiques, les aménités sont présentes mais secondaires
TRIADÉ 3	A	Des producteurs
	B	Une entreprise collective ou un réseau
	C	La valeur économique est créée pour les entreprises localisés sur le territoire Le territoire est mobilisé comme moyen de création de valeur économique, les aménités sont souvent un critère important
TRIADÉ 1	A	Des consommateurs, individuels ou collectifs
	B	Une entreprise collective ou un réseau
	C	La valeur économique est créée pour les entreprises localisés sur le territoire à condition qu'elles génèrent d'autres types de valeurs, sociales et environnementales

Conclusion : territoires, acteurs et projets

*

En forme de synthèse, il n'existe pas une mais plusieurs sortes de démarches entrepreneuriales territorialisées dont la forme idéal-typique croise la dimension multi-partenaire, et l'origine et la circulation des ressources sur un même territoire. On peut ainsi distinguer, à l'instar de Bruyat (1993), des formes pures et des formes dégradées d'entrepreneuriat territorial. Les formes pures font coïncider l'existence de ressources spécifiques intégralement issues du territoire et la présence de l'ensemble des acteurs individuels et institutionnels constituant un circuit économique présent sur un territoire

déterminé. Mais d'autres exemples non moins intéressants doivent être décrits qui constituent autant de modalités périphériques de ce phénomène en expansion.

Synthèse de la partie III :

Cette troisième et dernière partie analyse la diversité des démarches entrepreneuriales territorialisées et met en évidence le passage d'un paradigme connu, le Système de Production Localisée autour d'une ressource spécifique, vers des initiatives fondées sur le principe de souveraineté économique territoriale. Ces formes convoquent au-delà de la seule logique de la production, celle de la consommation, d'une consommation dite responsable, comme intrinsèque à la dynamique entrepreneuriale. Ces changements, articulés à la notion de la relocalisation des activités, interviennent au fil du temps en raison d'alliances créées entre des producteurs et des consommateurs par la mise en place de contrats directs et la création de filières territoriales. A côté de ces nouvelles pratiques d'échanges marchands, des processus politiques sont à l'œuvre qui interrogent les coordonnées de l'action économique actuelle. Des organisations de producteurs et des associations de consommateurs ont interpellé à compter des années 2000 les pouvoirs publics sur ces questions. Afin de passer outre les blocages qui existaient dans les organisations sectorielles, caractérisée par des structurations verticales et des mécanismes linéaires de production, ces nouvelles alliances se sont adressées aux institutions publiques locales et à des organismes d'accompagnement du développement territorial, davantage sensibles à la question d'un développement « par le bas ». Aussi, autant les collectivités territoriales que les services déconcentrés de l'Etat, les organismes de développement économique que ceux de promotion du tourisme deviennent-ils des acteurs à part entière de démarches entrepreneuriales. Du financement direct d'outils de transformation à la mise à disposition de chargés de mission, ils favorisent les regroupements de producteurs éclatés, accroissent les capacités de financement pour la création d'outils de transformation et de commercialisation, participent à la création de nouveaux marchés.

Entre injonctions nationales et demandes locales de mutations des référentiels économiques, entre valorisation d'une ressource typique et protection des biens communs, entre création de valeur économique et sa subordination à d'autres types de valeurs, les démarches territorialisées donne à voir les multiples façons de considérer l'importance du territoire dans l'évènement entrepreneurial.

Conclusion générale

Conditions d'émergence de nouveaux référentiels économiques dans l'entrepreneuriat

Ces initiatives s'inscrivent dans une dénonciation des méfaits des modes contemporains de production (Kapp, 2015) et de consommation de masse (Baudrillard, 1968 ; 1986) ; thèmes qui vont lentement se diffuser auprès du grand public jusqu'à ce que soit atteint, dans le courant des années 1990, une sorte de consensus autour de la nécessité d'un Développement Durable (Brunel, 2004 ; Slim, 2004). Pourtant, au mitan des années 2010, le bilan est mitigé : la prise de conscience des externalités négatives du système économique actuel touche désormais la majeure partie des acteurs influents mais la question reste ouverte quant aux solutions à mettre en œuvre pour lutter efficacement contre cette situation. Et pour cause : outre une forte inertie des organisations sociales et la difficulté à opérer des changements rapides et en profondeur, les réponses à cet état de fait oscillent entre deux propositions polaires, elles-mêmes traversées d'antagonismes. A une extrémité du continuum, le principe de Responsabilité Sociale des Entreprises préconise une intériorisation de ces nouvelles injonctions sociétales dans le fonctionnement de l'organisation. Mais la mise en œuvre effective de ces exhortations se heurte à la logique court-termiste relative à leur insertion sur des marchés financiers et mondiaux extrêmement concurrentiels et volatiles. A l'autre extrémité de ce continuum, une nouvelle voie, intermédiaire entre deux paradigmes, le marché et la gestion étatique théorise l'émergence de biens et de services considérés comme « communs ». De la production d'énergie aux transports collectifs dits propres en passant par les semences agricoles ou la propriété collective des logiciels libres. Ces propositions génériques, pour le moins éloignées entre elles, reviennent à établir que le Développement Durable reste un concept flou à partir duquel peuvent être formulées des solutions très hétérogènes.

Dans ce contexte de changements, l'objet de cette thèse a porté sur les échanges économiques fondés sur une relation directe entre le producteur et le consommateur¹⁵⁵, prenant en compte la réduction des distances entre unités de production et fournisseurs, intégrant les innovations technologiques capables de rendre efficaces des modèles autrefois fragiles en raison des ruptures d'approvisionnement qui pouvaient survenir.

¹⁵⁵ Le circuit court, après avoir fait son retour dans les pratiques du secteur alimentaire s'étend désormais aux domaines du textile, des matériaux de construction ou encore de l'énergie.

Ces dynamiques répondent aux nouvelles injonctions sociétales autour de l'impératif écologique. Le territoire devient alors le point d'ancrage pour faire mettre en œuvre des innovations sociales associées à des « éco-activités » ou « croissance verte ». Il est promu au nom « *d'une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive* :

- *une croissance intelligente : développer une économie fondée sur la connaissance et l'innovation ;*
- *une croissance durable : promouvoir une économie plus efficace dans l'utilisation des ressources, plus verte et plus compétitive ;*
- *une croissance inclusive : encourager une économie à fort taux d'emploi favorisant la cohésion économique, sociale et territoriale. »*¹⁵⁶

Mais chaque territoire étudié se singularise par une histoire propre, un contexte socioculturel qui influe sur la forme des initiatives par les coopérations qu'elles autorisent ou, au contraire, excluent. Du Gers au Pays Basque, en passant par le Béarn ou la Bigorre, les opportunités de réussite offertes aux démarches entrepreneuriales collectives dépendent des représentations sur la légitimité des acteurs qui les portent. Ensuite, les projets eux-mêmes se caractérisent par un plus ou moins fort degré d'*encastrement-insertion*¹⁵⁷. Une démarche impulsée par une collectivité territoriale pour renforcer le tissu économique dans les zones rurales n'est pas de même nature, en termes d'objectifs ou de concrétisation au sein d'une entité juridique, qu'un projet monté par des agriculteurs cherchant de nouveaux débouchés ou encore qu'un groupe de consommateurs qui souhaitent consommer local et/ou moins cher. Si chacun d'entre eux implique la participation d'au moins un des deux autres acteurs, la forme organisationnelle et le succès seront largement influencés par leur capacité à promouvoir l'intérêt de l'entreprise pour le territoire. D'autre part, la durée de préparation nécessaire à la mise en place du projet, qui dépend des moyens humains et financiers des acteurs initiateurs, ainsi que l'objectif de développement à plus ou moins long terme, va avoir des effets immédiats : des collectivités territoriales ou des bénévoles peuvent consacrer plusieurs mois, voire plusieurs années à rassembler, intégrer un certain nombre de ressources avant que le projet ne trouve une pérennité.

¹⁵⁶ Commission européenne, 2010, « Europe 2020 », « *Une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive* », communication, Bruxelles, mars

¹⁵⁷ Afin de définir le concept et évaluer ce degré d'encastrement-insertion des activités économiques, Le Velly (2005) propose de se fonder sur les réponses à trois questions pour l'évaluer : jusqu'à quel point 1) les prix sont-ils le résultat d'une libre confrontation de l'offre et de la demande, 2) la survie matérielle passe-t-elle par la participation au marché et 3) les décisions économiques sont-elles guidées par les rémunérations qu'induisent les prix de marché ?

A contrario, des entrepreneurs qui souhaitent vivre à court ou moyen terme de leur activité doivent trouver rapidement un modèle économique rentable.

Des démarches multi-acteurs, des réseaux multi-actants

Aussi, loin d'être homogènes, les démarches entrepreneuriales territorialisées présentent des configurations variées, des objectifs multiples. Les prendre comme sujet d'étude implique en premier lieu de dépasser un schéma somme toute classique pour admettre un « brouillage » des frontières entre accompagnement, soutien et portage des projets. Il s'agit en somme de passer de la figure incarnée de l'entrepreneur à celle de l'impulsion entrepreneuriale plus difficilement cernable. Si effectivement, il existe d'un côté des porteurs de projets, individuels ou collectifs, avec, face à eux, des structures qui proposent un accompagnement technique et financier, il n'en demeure pas moins que ces dernières peuvent également être, de leur propre chef ou après avoir été interpellées par des producteurs et/ou des consommateurs, les initiatrices d'une démarche de territoire. Animant au long cours la structuration de nouveaux marchés, proposant de nouvelles opportunités d'affaires pour des entrepreneurs « passifs » – au sens où ces derniers n'auraient pas pris une telle initiative seuls –, ces structures deviennent alors animatrices de la démarche, point d'ancrage de la dynamique entrepreneuriale. Le point de focale se déplace donc de l'organisation ou de l'entrepreneur vers les relations qui existent entre les acteurs. Mais plus encore, ces dynamiques ne peuvent être analysées et comprises qu'en introduisant des éléments non humains dans le processus de formation de ces réseaux.

Admettre l'incursion d'autres acteurs « principaux » (et non pas secondaires comme c'est souvent le cas dans les études en entrepreneuriat) et, qui plus est, des acteurs non-humains, enjoint de choisir un cadre théorique et empirique adéquat eu égard aux recommandations des dernières recherches dans le champ. En effet, en dépit d'une tendance encore marquée aujourd'hui à appréhender l'événement entrepreneurial dans une perspective statique, un consensus s'est établi autour de la nécessité de le considérer de manière dynamique. Pourtant là encore des dissensions existent entre une propension assez répandue d'envisager le processus à partir de descriptions en stades ou en étapes tandis que d'autres insistent sur le caractère multifactoriel et diachronique du phénomène. C'est cette seconde voie qui a été retenue ici pour appréhender un objet encore récent bien qu'inscrit dans une histoire longue et caractérisée par l'intervention d'une multitude d'acteurs et de représentations.

Outre ce premier point épistémologique, un deuxième problème réside dans les soubassements idéologiques qui traversent le champ. Un premier courant, celui de l'émergence organisationnelle, est centré sur le processus lui-même et tente de se dégager de la vision héroïsée de l'entrepreneur en réinscrivant les actes du créateur dans une interaction continue avec son environnement. A l'inverse, le second, le courant des opportunités d'affaires, se recentre sur l'individu et ses attitudes. Renouant avec les origines des recherches en entrepreneuriat et la mise en avant des caractéristiques individuelles, cette approche séduit les chercheurs en management stratégique qui voient dans la posture « intrapreneuriale » une nouvelle attitude valorisée dans le monde de l'entreprise. Dans le cas présent, dans la mesure où l'objet de la recherche dépasse le cas de l'entrepreneur créant sa propre entreprise, la focale se déplace sur le territoire, considérant que celui-ci constitue le terreau sur lequel et à partir duquel se déploient ces initiatives inédites.

Singularité des territoires, singularité des projets

Le territoire, dans la perspective de Raffestin, devient, selon la conception latourienne un actant. Dans le domaine des sciences sociales, il est « *une réalité sociale, humaine ou non-humaine, dotée d'une capacité d'action* » et se distingue de l'acteur par le fait de n'être pas nécessairement doté « *d'une intériorité subjective, pourvu d'une intentionnalité, d'une capacité stratégique autonome, et d'une compétence énonciative* » (Lussault, 2003). Ce dernier agit en effet en premier lieu comme producteur et est agi comme réceptacle de représentations. Il s'incarne au travers d'actants humains et non-humains puisqu'il est constitué d'objets physiques, d'attributs géographiques caractéristiques (climat, reliefs, ressources) et de propriétés politiques (existence d'un centre de pouvoir, organisation sociale et politique, histoire et coutumes). Dans le cas précis qui nous occupe, à savoir le territoire dans son rapport aux nouvelles modalités économiques, il produit d'abord des ressources matérielles. Celles-ci doivent être traitées comme une catégorie d'analyse : « *une ressource matérielle est donc un actant, un quasi-sujet doté de programmes d'actions qui ne seront activés que lorsque l'utilisateur lui fera faire une action, c'est-à-dire le mettra au service de l'un de ses programmes d'actions* » (Marion, 2009). L'activation de ces ressources matérielles est donc le fait de la seconde composante du territoire : les institutions et les individus. Ces derniers sont impliqués à divers niveaux scalaires et de compétences dans la mise en œuvre de projets de nature économique.

Mais, dans le même temps, « *un territoire se singularise par le fait que les acteurs en présence : partenaires publics, associations, entreprises, chambres consulaires... ne sont pas liés entre eux par des relations hiérarchiques, ils sont juridiquement indépendants* » (Zardet & Noguera, 2014). On a alors à faire à une structure en réseau caractérisé par l'horizontalité et la symétrie des relations des acteurs les uns par rapport aux autres.

De ce fait des coordinations complexes se réalisent grâce à la résolution d'« épreuves de justifications » (Boltanski & Thévenot 1991) sur le projet pour le territoire au-delà du seul projet d'entreprise et par l'activation de programmes d'action concernant des objets par nature inertes. Les délibérations et la mise en marche d'un projet de territoire portent notamment sur la nature des effets considérés comme positifs apportés par une nouvelle activité économique à un environnement social et naturel déterminé. Les finalités et les moyens mis en œuvre pour y parvenir peuvent être appréhendés à partir de la notion de valeur, entendue au sens large, qui rend compte des nombreuses dimensions et finalités de ces initiatives.

Circulation des biens, modes de gouvernance et rapport à la valeur

Les démarches entrepreneuriales territorialisées procèdent de trois formes de circulation des biens : le bien circule entre des entités reliées sur un territoire circonscrit par des contrats marchands classiques ; le bien est l'objet d'une gouvernance collective entre des acteurs marchands et non marchands ; le bien passe par un circuit très court dans lequel la frontière qui sépare les fonctions des producteurs d'une part et des consommateurs d'autre part est poreuse. Dans chacune de ces configurations, le recours au territoire en tant que détenteur de ressources matérielles, en tant que ressource symbolique, culturelle, historique ou politique ou en tant qu'image va induire un rapport singulier à la notion de valeur. Dans la première configuration, les biens transitent d'une entité marchande à l'autre, chacune remplissant l'une des fonctions du processus de fabrication (production, transformation, commercialisation). Leurs liens contractuels sont fondés sur la coordination marchande. Le deuxième cas est fonctionnellement similaire : le circuit est composé de structures spécialisées, à la différence notable que leurs relations sont statutairement entérinées par des statuts collectifs : association loi 1901, Sociétés Coopératives d'Intérêts Collectifs, Sociétés par Actions Simplifiées, etc. La gouvernance de l'entreprise est dès lors de type « associationniste » (Rouquet, 2013) : les membres adhèrent davantage à une idée articulée à la valorisation du territoire, au double sens de création de valeur économique partagée et de portage d'un projet commun, plutôt qu'au principe de leur intérêt bien compris.

L'investissement dans des projets à fort ancrage territorial, où le coût peut être sacrifié sur l'autel de la nécessaire solidarité avec des acteurs proches géographiquement, peut s'avérer moins rentable que des activités classiquement fondées sur la minimisation des coûts de production. Dans le troisième cas, ce n'est plus le bien qui transite mais les compétences des acteurs qui se diversifient. La production, la transformation et la commercialisation sont assurées par un ou deux entités : le producteur seul ou le producteur aidé du consommateur¹⁵⁸. La question de la destination de la valeur oscille dans ces trois cas de figure entre entreprises et territoire. Mais, plus le projet est individuel et le territoire mobilisé en tant qu'image, plus sa nature est économique ; plus le projet rassemble un large panel d'acteurs et le territoire considéré comme une finalité, plus la notion de valeur renvoie à des conceptions multiples en termes de bien-être social et d'aménités environnementales.

Pour conclure, si on peut noter que ces modèles économiques appuyés sur une perception allocative du territoire se diffusent, il n'en demeure pas moins qu'ils renvoient à deux logiques en ce qui concerne la répartition de la valeur. La première, descendante, est le fait de grandes entreprises (Danone, Nestlé, Veolia, etc.) ou d'entrepreneurs ayant des velléités de capter des marchés étendus (Blablacar, Airbnb, La Ruche qui dit oui !, etc.). La seconde, ascendante, est le fait d'acteurs ancrés sur les territoires (AMAP, Enercoop, Citiz, etc.). Les effets quant à la valeur créée et son partage entre et avec les acteurs du territoire sont alors distincts. Dans le premier cas, une partie de la valeur ajoutée est extraite – ou, pour le dire autrement, « déterritorialisée » – pour retourner vers le siège de l'entreprise (qui ne se situe pas que sur un seul territoire). Dans le second cas, aucune préemption n'est opérée : l'ensemble de la valeur économique créée est partagée, selon des règles propres, entre les acteurs du projet.

Préconisations

On attend des gestionnaires et des sciences de gestion un repérage des pratiques créatrices de valeur mais plus encore une contribution prospective pour leur développement. Etant entendu que cette thèse aborde la question de l'entrepreneuriat non comme posture (au sens de Shane et Ventakaraman) mais dans la perspective de Gartner, d'émergence organisationnelle, et que l'objet central de la CIFRE relève d'une meilleure compréhension par la banque de ces nouvelles activités économiques en lien avec le territoire, les préconisations porteront sur deux points distincts : l'accompagnement et le financement de ces expériences et l'élargissement de la décision aux clients de la banque

¹⁵⁸ Les termes de producteur et consommateur doivent être compris au sens générique : comme des fonctions et non comme des individus.

L'accompagnement : une grille de lecture simplifiée

Une grille de lecture de ces expériences doit d'abord être appréciée et expérimentée lors de la réception et de l'évaluation d'un projet. Comment en effet vérifier sous le discours convenu et dans l'ère du temps de la responsabilité sociale et environnementale, les projets qui participent effectivement à la construction de démarches structurantes pour le territoire ? Comment détecter les effets positifs en termes de réseaux interindividuels et inter-organisationnels au regard de la valorisation des ressources ? La typologie présentée dans les résultats de cette thèse permet de déterminer la cohérence d'un projet à visée territoriale à l'aune d'une triple entrée : par les acteurs d'une part, par les ressources d'autre part et enfin dans leurs liens au territoire et à la valeur. Toutefois, dans une perspective opérationnelle, celle-ci doit être simplifiée et réappropriée par les décisionnaires financiers, ici en l'occurrence les employés de banque, à qui revient la responsabilité d'appréhender rapidement la nature du projet présenté.

Le financement : des propositions compensatrices

En outre, eu égard aux volontés du Crédit Agricole d'apporter son soutien à l'économie locale et d'accompagnement de projets innovants ayant un effet positif pour son territoire d'intervention – en l'occurrence ici les Pyrénées Atlantiques, le Gers et les Hautes-Pyrénées, la seconde préconisation, plus ambitieuse, porte sur la question du financement de ces projets. Il est aujourd'hui de plus en plus question non simplement de créer une valeur supplémentaire mais d'éviter des coûts sociaux infligés par de nombreuses entreprises à la collectivité. Aussi, la banque doit-elle pouvoir récompenser les efforts fournis en termes de travail supplémentaires qui se traduit par la création de davantage d'emplois sur le territoire et en termes de production d'aménités sociales environnementales qui profitent à l'ensemble de la collectivité.

L'élargissement de la décision aux clients de la banque

La multitude des initiatives qui émergent peuvent représenter une véritable « jungle » pour qui n'est pas aguerri à ces nouveaux référentiels de l'action. Cette difficulté peut être contournée par l'élargissement des acteurs présents lors de la prise de décision de d'accompagnement ou non les porteurs de projets. Des commissions pourraient statuer sur la validité de projets qui mettent en œuvre des innovations sociales mais aussi technologiques relatives à des nouveaux modèles économiques encore mal délimités.

Composés d'entrepreneurs, d'élus, de chargés de mission dédiés à ces problématiques, etc., ces comités seraient constitués d' « experts » repérés selon leur secteur d'intervention. Ces derniers seraient en capacité d'évaluer la faisabilité au vu des expériences qu'ils connaissent déjà. Ils pourraient en outre mettre à disposition des porteurs leurs connaissances du territoire et leur permettre de s'insérer dans des réseaux de soutien et d'accompagnement.

En définitive, la commande de ce travail de thèse indique que les organismes financiers ont conscience de cette nouvelle injonction de produire de la valeur économique et plus largement du bien-être social et environnemental pour ceux qui l'occupent. Ces dynamiques qui soulignent les effets délétères de la logique actuelle engagent à un changement plus global de la part des acteurs qui soutiennent et accompagnent l'entrepreneuriat.

Bibliographie

- Abel-Coindoz, C., Egreteau, M. & Warnery, (2008). Vers des systèmes alimentaires durables. *Pour*, 3(198), 162-168.
- Akrich, M., Callon, M. & Latour, B. (1988). A quoi tient le succès des innovations ? 1 : L'art de l'intéressement ; 2 : Le choix des porte-parole. *Annales des mines*, (11 & 12), 4-29.
- Allaire, G. & Sylvander, B. (1988). Qualité spécifique et innovation territoriale. *Cahiers d'économie et sociologie rurales*, (24), 29-59.
- Allemand, S. (2010). L'économie sociale et solidaire à l'heure de l'entrepreneuriat social. *Marché et organisations*, 11(1), 93-105.
- Alphandery, P. & Bergues, M. (2004). Territoires en questions : pratiques des lieux, usages d'un mot. *Ethnologie Française*, 34(1), 5-12.
- Amable, B. & Ledezma, I. (2015). *Libéralisation, innovation et croissance*. CEPREMAP, Paris : Rue d'Ulm.
- Amemiya, H., Benezech, D. & Renault, M. (2008). Les circuits courts : Un « monde de commercialisation » interpersonnel ? Dans J.P. Marechal (dir.), *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (p. 113-123). Dijon : Educagri.
- Angel, M. (1999). *Critique de l'évaluation monétaire des biens environnementaux*. Paris : Les presses Ecoles des Mines de Paris.
- Angeon, V. (2008). L'explicitation du rôle des relations sociales dans les mécanismes de développement territorial. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (2), 237-250.
- Antheaume, N. & Schieb-Bienfait, N. (2011, juin). *Le juste prix de Saint Thomas d'Aquin, l'économie sociale et solidaire et le contrôle de gestion font-ils bon ménage ? Le cas d'introduction d'une filière « poulets fermiers » en circuits courts dans la cuisine centrale d'une cantine municipale*. Communication présentée au 1th Congrès Centre for Social and Environmental Accounting Research, Ecosse.
- Arnaud, E., d'Audiffret N., Massé D., Stock B., Béja A. & Creuso M.S. (2015). Changer l'entreprise, changer la consommation ? *Esprit*, (7), 54-65.
- Arnauld de Sartre, X. & Gagnol, L. (2012). Les échelles des territorialités. *Géographie et cultures*. (81), 5-16.
- Arripe, M.L. (1998). La nouvelle économie sociale et la question des besoins. *Economie et humanisme*, (347), 70-79.

Asselineau, A. & Cromarias, A. (2011). Construire la proximité. *Revue française de gestion*, 4(213), 141-156.

Aubert, M., (2013, décembre). *Déterminants de la commercialisation en circuit court : quels exploitants, sur quelles exploitations ?* Communication présentée aux 7èmes Journées de recherche en sciences sociales INRA-SFER-CIRAD, Angers.

Aubrée, P. (2008). Les paniers et groupements d'achat. Dans G. Maréchal, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (p. 65-75). Dijon : Educagri.

Aubry, C. & Chiffolleau, Y. (2009, mai). *Le développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine : histoire, évolution en cours et questions actuelles*. Communication présentée aux Carrefours de l'Innovation Agronomique 2009, Versailles.

Aubry, C., Bressoud F. & Petit C. (2011). Les circuits courts en agriculture revisitent-ils l'organisation du travail dans l'exploitation ? Dans P. Béguin, B. Dedieu & E. Sabourin (dir.), *Le travail en agriculture : son organisation et ses valeurs face à l'innovation* (p.19-35), Paris : L'Harmattan.

Aubry, C., Kébir, L. & Pasquier, C. (2012). Le raccourcissement des circuits alimentaires, une nouvelle ruralité en périphérie des villes ? Dans F. Papy, N. Mathieu & C. Férault (dir.), *Nouveaux rapports à la nature dans les campagnes* (p.55-70), Versailles : Quae Edition.

Aubry, C., Kébir, L. (2013). Shortening food supply chains: A means for maintaining agriculture close to urban areas? The case of the French metropolitan area of Paris. *Food Policy*, 41, 85-93.

Aurejan, P., Joffre, P., Loilier, T. & Tellier, A. (2007). L'approche projet du management stratégique : quelles contributions pour quel positionnement ? *Finance Contrôle Stratégie*, 10(4), 217-250.

Azam, G. (1998), Economie sociale : quel pari ? *Economie et humanisme*, (347), 16-23.

Azam, G. (2007). L'économie est-elle universelle ? *Transtext(e)s Transcultures 跨文本跨文化*, (2), 22-26. doi : 10.4000/transtexts.67

Azam, G. (2010). *Le temps du monde fini*. Paris : Les liens qui libèrent.

Balasse, A. (2003). Regard sur trente ans d'économie industrielle. *Reflets et perspectives de la vie économique*, (4), 115-126.

Balsiger, P. (2009). Consommation engagée. Dans *Dictionnaire des mouvements sociaux* (p. 139-146). Paris : Presses de Sciences Po.

Batac, J. & Maymo, V. (2008). Entre mutualisme et capitalisme : le modèle de gouvernance hybride du groupe Crédit Agricole. *Revue internationale de l'économie sociale : Recma*, (308), 23-34.

Baudrillard, J. (1978 [1968]). *Le système des objets*. Paris : Gallimard.

- Baudrillard, J. (1986 [1970]). *La société de consommation, ses mythes, ses structures*. Paris : Folio.
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *American Economic Review*, 58 (2), 64-71.
- Bayad, M. & Schmitt, C. (2008). L'entrepreneuriat comme une activité à projet. Intérêts, apports et pratiques. *Revue internationale de psychosociologie*, 14(32), 141-159.
- Béja, A. (2015). Les métamorphoses du capitalisme. *Esprit*, 7(414), 5-9.
- Ben Hafaïedh, C. (2006). Entrepreneuriat en équipe : positionnement dans le champ de l'entrepreneuriat collectif. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2(5), 31-54.
- Benetti, C. & Cartelier, J. (1995). L'économie comme science exacte ou la permanence d'une conviction mal partagée. Dans A. d'Autume & J. Cartelier, *L'économie devient-elle une science dure ?* (p 216-232), Paris : Economica.
- Benezech, D. (2007). Les ressorts de l'échange des produits alimentaires différenciés: De l'information à la confiance. Dans H. Amemiya (dir.), *L'agriculture participative. Dynamiques bretonnes de la vente directe* (p.137-149). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- Bénézech, D. (2011). La confiance entre les partenaires de l'échange, au-delà des labels. Dans H. Amemiya (dir.), *Du Teikei aux AMAP. Le renouveau de la vente directe de produits fermiers locaux* (p.303-316). Rennes : Presses Universitaires de Rennes.
- Benezech, D. (2012). Des circuits courts pour un agriculteur entrepreneur ? Dans S. Boutillier, F. Djellal, F. Galloud, B. Laperche & D. Uzundis, *L'Innovation Verte. De la Théorie aux Bonnes Pratiques* (p.253-270). Bruxelles : Peter Lang.
- Benko, G. & Lipietz, A. (2002). De la régulation des espaces aux espaces de régulation. Dans R. Boyer & Y. Saillard, *Théorie de la régulation, l'état des savoirs* (p. 293-303). Paris : La Découverte.
- Benko, G. & Pecqueur, B. (2001). Les ressources des territoires et les territoires de ressource. *Finisterra*, XXXVI(71), 7-19. doi : <http://dx.doi.org/10.18055:Finis1644>.
- Bentham, J. 2002, *Panoptique*, (1791, *Panoptique, Mémoire sur un nouveau principe pour construire des maisons d'inspection, et nommément des maisons de force*, Paris, imprimé par ordre de l'assemblée nationale, Secours publics n°1). Paris : Mille et une nuits.
- Berger, B. (2008). Nouveaux circuits courts et nouveaux services. Dans G. Maréchal, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (p. 93-103), Dijon : Educagri.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1997 [1966]). *La construction sociale de la réalité*. Paris : Armand Colin.

- Bernard, C., Dufour, A. & Mundler, P. (2008). Pratiques collectives de vente directe : approche comparée des PVC et des AMAP en Rhône-Alpes. Dans G. Maréchal, *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires*, (p.141-160), Dijon : Educagri.
- Bertolussi, B. (2013). Actant/Argument. Dans *Dictionnaire historique et encyclopédie linguistique du latin*. Repéré à <http://www.dhell.paris-sorbonne.fr/>
- Bertrandias, L., & Pernin, J. L. (2010, novembre). *Comprendre l'intention d'adhérer à une AMAP : une approche par la théorie du comportement planifié*. Communication présentée aux 15^{èmes} Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon.
- Billaudot, B. (2008). Institution et justification. De la nécessité de distinguer deux conceptions de la justice. *Revue Française de Socio-Économie*, 1(1), 153-176.
- Blanc, J. (2013). Construire l'alternative agro-alimentaire : Ressorts sociaux et politiques du déploiement des AMAP en Île-de-France. *Norois*, (3), 21-34.
- Blanquart, C. & Gonçalves, A. (2011, juillet). *La diversité de l'inscription spatiale des circuits courts*. Communication présentée au 48^{ème} colloque de Science Régionale de Langue Française, Choelcher, Martinique.
- Boissin, O. (1999). La construction des actifs spécifiques : une analyse critique de la théorie des coûts de transaction. *Revue d'économie industrielle*, 90(1), 7-24.
- Boltanski L. & Chiapello E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.
- Boltanski, L. & Thevenot, L. (1991). *De la justification : Les économies de la grandeur*, Paris : Gallimard.
- Bon, N., Lanciano E., Aubrée P. & Herault-Fournier C. (2010, décembre). *Diversité des logiques de travail dans les exploitations maraîchères en circuits courts*. Communication présentée aux 4^{èmes} Journées de recherches en sciences sociales INRA SFER CIRAD, Rennes.
- Boncler, J. & Hlady-Rispal, M. (2004). L'entrepreneuriat en milieu solidaire : un phénomène singulier. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 3(1), 1-12.
- Boncler, J., Hlady-Rispal, M. & Verstraete, T. (2006). Entreprendre ensemble : cadrage théorique des notions d'entrepreneuriat collectif, d'équipe dirigeante et d'équipe entrepreneuriale. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 5(2), 9-29.
- Bonnefoy, S. & Brand, C. (2014). Régulation politique et territorialisation du fait alimentaire : de l'agriculture à l'agri-alimentaire. *Géocarrefour*, 89(1-2), 95-103.
- Borel, S., Masse, D. & Demailly, D. (2015). L'économie collaborative, entre utopie et big business. *Esprit*, 7(414), 9-18.
- Bouba-Olga, O. & Grossetti, M. (2008). Socio-économie de proximité. *Revue d'économie régionale et urbaine*, (3), 311-328.

- Bourdieu, P. (1980). Le capital social. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31(1), 2-3.
- Bousquet, F. (2014). *Chapitre 2 « L'ancrage : définitions, typologie et composantes ». L'influence du lien personnel entre l'entrepreneur et le territoire sur l'ancrage territorial des PME* (Thèse de doctorat ès sciences de gestion inédite). Université de Bordeaux.
- Bousquet, F., Barbat, V. & Verstraete, T. (2016). Influence des préférences de l'entrepreneur sur la dynamique de l'ancrage territorial. *Gestion 2000*, 33(2), 53-74.
- Boutaud, A. (2007). Croissance, décroissance et soutenabilité : Sens de la décroissance. *Ecorev*, (26). Repéré dans <http://www.ecorev.org/spip.php?article546>.
- Boutillier, S. (2009). Aux origines de l'entrepreneuriat social : Les affaires selon Jean-Baptiste André Godin (1817-1888). *Innovations*, 2(30), 115-134.
- Boutillier, S. (2010). Comment l'entrepreneur peut-il ne pas être social ? *Marché et organisations*, 1(1), 107-125.
- Bozonnet, J.P. (2010). "Boycott" et "buycott" en Europe. Écocitoyenneté et culture libérale. *Sociologie pratique*, 20(1), 37-49.
- Bréchet, J.P. & Desreumaux A. (1998). Le thème de la valeur en sciences de gestion : représentations et paradoxes. Dans J.P. Bréchet, *Actes des XIV^{èmes} journées nationales des IAE* (p. 27-52), 1. Nantes : Presses Académiques de l'Ouest.
- Brechet, J.P. & Desreumaux, A. (2011). La théorie de l'entreprise fondée sur le projet ou Project-Based View : une théorie ontogénétique. *Humanisme et Entreprise*, 4(304), 57-64.
- Bréchet, J.P. & Saives A.L. (2001). De la spécificité à la compétitivité. L'exemple de la construction de la compétitivité sur une base territoriale. *Finance Contrôle Stratégie*, 4(3), 31-55.
- Brechet, J.P. & Schieb-Bienfait, N. (2011a). Logique d'action et projet dans l'action collective : Réflexions théoriques comparées. *Revue Finance, Contrôle, Stratégie*, 14(1), 101-129.
- Brechet, J.P. & Schieb-Bienfait, N. (2011b). L'entrepreneuriat confronté au pluralisme théorique : la nécessité d'une Project-Based View. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 2(10), 29-44.
- Bréchet, J.P. (2012). Les 3 P d'une Project-Based View. Projet, pérennité, profit. *Revue française de gestion*, 5(224), 15-32.
- Bréchet, J.P., Desreumaux A. & Schieb-Bienfait N. (2009). Les figures de l'entrepreneur dans une théorie de l'action fondée sur le projet. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 8(1), 37-54.
- Brouard, F. (2006, octobre). *L'entrepreneuriat social, mieux connaître le concept*. Communication présentée au 23^e colloque annuel du Conseil canadien des PME et de l'entrepreneuriat, Trois-Rivières.

- Brouard, F., Larivet, S. & Sakka O. (2012). Défis et actions pour développer l'entrepreneuriat social. *La Revue des Sciences de Gestion*, 3(255-256), 17-22.
- Bruneau, I. (2010). Recomposition syndicale et constructions des collectifs militants. Dans B. Hervieu, N. Mayer, P. Muller, P. Purseigle & J. Rémy, *Les mondes agricoles en politique* (p.217-240). Paris : Presses de Sciences Po (PFNSP).
- Bruni, L. (2014). *La blessure de la rencontre : l'économie au risque de la relation*. Paris : Grâce/Nouvelles Cités.
- Bruyat C. (1993). *Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation*, (Thèse de doctorat ès sciences de gestion inédite). Grenoble.
- Bruyat, C. (1994). Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat. *Revue Française de Gestion*, (101), 87-99.
- Cahuc P., 1998, *La nouvelle microéconomie*, Paris, La découverte.
- Caillé, A. (2000). *Anthropologie du don : Le tiers paradigme*. Paris : Desclée de Brower.
- Callois, J.-M. (2004). Capital social et développement économique local : Pour une application aux espaces ruraux français. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 4, 551-577.
- Callon, M. & Ferrary, M. (2006). Les réseaux sociaux à l'aune de la théorie de l'acteur-réseau. *Sociologies pratiques*, 2(13), 37-44.
- Callon, M. (1986). Éléments pour une sociologie de la traduction. La domestication des coquilles Saint-Jacques dans la Baie de Saint-Brieuc. *L'Année sociologique*, (36), 169-208.
- Cappelletti, L. & Khouatra, D. (2002, mai). *La mesure de la création de valeur organisationnelle : le cas d'une entreprise du secteur de la gestion de patrimoine*. Communication présentée au Colloque Technologie et management de l'information : enjeux et impacts dans la comptabilité, le contrôle et l'audit. France.
- Capt D. & Waversky P. (2011, décembre). *Vers un développement des circuits courts dans le domaine alimentaire en France ? Importance, localisation et caractéristiques des producteurs*. Communication présentée aux 5èmes Journées des Recherche en Sciences sociales, INRA-SFER-CIRAD, Dijon.
- Capt, D., Chiffolleau, Y., Gauche, A., Gervreau, G., Leseigneur, A., Touzard, J.-M., ... Tozanli, S. (2011). *Elaboration d'un référentiel technico-économique dans le domaine des circuits courts de commercialisation. Partie 1 : Cadre d'analyse, méthodologie et synthèse des résultats légumes et produits laitiers en circuits courts*. Repéré dans <http://prodinra.inra.fr/record/162944>
- Capt, D., Lepicier, D. & Leseigneur, A. (2014). Le rôle des territoires de projets infra-régionaux sur l'agriculture et l'alimentation. *Géocarrefour*. 89(1-2), 105-113.

- Cartier, J.B., Naszalyi, P. & Pigé, B. (2012). Organisations de l'économie sociale et solidaire : quelle théorie de la gouvernance ? Dans E.Bayle, J.C. Dupuy, *Le management des entreprises de l'Economie sociale et solidaire, identités plurielles et spécificités* (p.47-69). Paris : Deboeck.
- Castel, R. (1995), *La métamorphose de la question sociale : Une dynamique du salariat*. Paris : Fayard.
- Chabaud, D. & Messeghem, K. (2010). Le paradigme de l'opportunité : Des fondements à la refondation. *Revue française de gestion*, 7(206), 93-112.
- Chaffotte, L. (2006), *Typologie des circuits courts et circuits de vente directe*, CROC et cahiers de l'Observatoire, outil de formation, INRA, Montpellier, 1p.
- Chalaye, S. & Massard, N. (2009). Les clusters : Diversité des pratiques et mesures de performance. *Revue d'Economie Industrielle*, 4(128), 153-176.
- Chamard, C., Faivre, P., Levant, Y., & Philippe J. (2014). Valeurs coopératives et entrepreneuriat. Le choix de la forme Scop : un moyen différent d'associer capital et travail et de récompenser les talents. *La Revue des Sciences de Gestion*, 5(269-270), 83-91.
- Chanial, P. (2015). L'éthique de la mutualité et l'esprit du capitalisme. Don et *care* ou les faces cachées de la valeur. *Revue Française de Socio-Économie*, Hors-série 2, 187-199.
- Chantelat, P. (2002). La Nouvelle Sociologie Economique et le lien marchand : des relations personnelles à l'impersonnalité des relations. *Revue française sociologique*, 43(3), 521-555.
- Charlier, C. (2003). La traçabilité comme standard de production. *Economie Rurale*, (275), 5-18.
- Charmillot, M., & Dayer, C. (2007). Démarche compréhensive et méthodes qualitatives : clarifications épistémologiques. *Recherches qualitatives*, 3, 126-139.
- Charton-Vachet, F. & Lombart, C. (2015). Nouvelle approche conceptuelle et opérationnelle du lien entre un individu et sa région : l'appartenance régionale. *Recherche et application en marketing*, 30(1), 52-80.
- Chazoule, C. & Lanciano, E. (2010, janvier). Dispositif d'intermédiation marchande et ancrage territorial : le cas des paniers alimentaires. Communication présentée au Séminaire PAPEET-CACTUS, Lyon.
- Chevallier, M., Dellier, J., Plumecocq, G. & Richard, F. (2014). Dynamiques et structuration des circuits courts agroalimentaires en Limousin : distance institutionnelle, proximités spatiale et relationnelle. *Géographie, économie, société*, 16(3), 339-362.
- Chiappelo, E. & Boltanski L. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.

- Chiffolleau, Y. & Gauche, A. (2013, septembre), *Diversité des stratégies et des performances dans les circuits courts alimentaires : une analyse croisée*. Communivation présentée au 5^{ème} Congrès de l'Association Française de Sociologie : les dominations. Nantes.
- Chiffolleau, Y. & Prevost B. (2012). Les circuits courts, des innovations sociales pour une alimentation durable dans les territoires. *Norois* 3(224), 7-20.
- Chiffolleau, Y. (2008a). Les circuits courts en agriculture : diversité et enjeux pour le développement durable. Dans G. Maréchal (dir.), *Les circuits courts alimentaires : Bien manger dans les territoires* (p.21-30). Dijon : Educagri.
- Chiffolleau, Y., (2008b, septembre). *Réseaux sociaux et construction sociale des marchés : l'exemple des circuits courts de commercialisation*. Communivation présentée à l'Ecole thématique L'analyse des réseaux sociaux : méthodes et perspectives. Cargèse.
- Cloutier, M., Cueille, S. & Recasens, G. (2014). Accompagner le développement de la TPE dans son écosystème entrepreneurial. *Entreprendre & Innover*, 2(21-22), 66-76.
- Cochoy, F. (2008). Faut-il abandonner la politique aux marchés ? : Réflexion autour de la consommation engagée. *Revue française de socio-économie*, (1), 107-129.
- Colletis, G. & Pecqueur, B. (1993). Intégration des espaces et quasi intégration des firmes : vers de nouvelles logiques productives ? *Revue d'économie régionale et urbaine*, (3), 490-507.
- Convert, B. & Mahieu, C. (2015). Des logiques d'action entrepreneuriale aux limites de l'entrepreneuriat : un dictionnaire inachevé. Dans P.M. Chauvin, M. Grossetti & P.P. Zalio, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* (p. 273-276), Paris : Presses de Science-Po.
- Coriat, B. & Weinstein, N. (2010). Les théories de la firme entre contrats et compétences. *Revue d'économie industrielle*, (129-130), 57-86.
- Coutelle, P. (2005). *Introduction aux méthodes qualitatives en sciences de gestion. Cours du CEFAG*. Repéré dans <https://www.scribd.com/document/333503037/COUTELLE-Intro-aux-methodes-qualitatives-2005-pdf>
- Crevoisier, O. (2001). L'approche par les milieux innovateurs : état des lieux et perspectives. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, (1), 153-165.
- Cuervo, A., Ribeiro D. & Roig, S. (2007). Introduction. Dans A. Cuervo, D, Ribeiro, & S. Roig, (dir.), *Entrepreneurship: concepts, theory and perspective* (p.1-22), New-York : Springer Science & Business Media.
- Damak-Ayadi, S. & Pesqueux, Y. (2005). Stakeholder theory in perspective. *Corporate Governance*, 5(2), 5-21.
- Dandurand, L. (2005). Réflexion autour du concept d'innovation sociale, approche historique et comparative. *Revue française d'administration publique* 3(115), 377-382.

- Dari, L. & Paché, G. (2015). Acteurs tiers et stratégies collectives au sein des filières : Le cas du liège en Corse. *Économie rurale* 5(349-350), 101-123.
- Darly, S. & Aubry, C. (2014). La demande en produits locaux de la restauration collective : quels liens avec l'offre de proximité dans une région d'agriculture industrielle ? Le cas de l'Ile-de-France, *Géocarrefour*, 89(1-2), 145-157.
- Davezies, L. & Talandier, M. (2014). *L'émergence de systèmes productivo-résidentiels - Territoires productifs, territoires résidentiels, quelles interactions ?* Paris : Documentation Française-CGET.
- De Sardan, J.P.O. (1998). Émique, *L'Homme*, 38(147), 151-166.
- De Sartre, X.A., Douence, H. & Mercier, C.E. (2010). Choisir et redéfinir le local. L'exemple d'un type de filières courtes: les AMAP en Béarn. Dans G. Maréchal (dir.), *Les circuits courts alimentaires : Bien manger dans les territoires* (p.100-120). Dijon : Educagri,
- Debarbieux, B. (2006). Prendre position : réflexions sur les ressources et les limites de la notion d'identité en géographie. *L'Espace géographique*, 35(4), 340-354.
- Debardieu, B. (2003). Territoire. Dans J. Lévy & M. Lussault, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p.907-917). Paris : Belin.
- Defourny, J. (2004). L'émergence du concept d'entreprise sociale. *Reflets et perspectives de la vie économique*, XLIII(3), 9-23.
- Degenne, A. & Forsé, M. (2004). *Les réseaux sociaux*. Paris : Armand Colin.
- Delfosse, C. & Bernard, C. (2007). Vente directe et terroir. *Méditerranée*. (109), 23-29. doi : 10.4000/mediterranee.108
- Delfosse, C. & Navarro, A. (2012). Nouveaux marchés, nouvelles gouvernances. Dans A.H. Prigent-Simonin & C. Hérault-Fournier (coord.), *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.187-198). Versailles : QUAE.
- Delfosse, C. (2011). Marchés et développement local. Dans J.B. Traversac (dir), *Circuits courts : contribution au développement régional*. Dijon : Educagri.
- Delfosse, C., (2010). La patrimonialisation des produits dits de terroir : quand "le rural" rencontre "l'urbain" ? *Anthropology of food*, 8. Repéré dans <http://aof.revues.org/6772>.
- Demazière, C. (2007). Développement, croissance et environnement. Trois notions aux relations complexes : un tour d'horizon des controverses. *Cahiers français*, (337), 3-8.
- Demil, B., Lecocq, X & Warnier, V. (2014). Qu'est-ce qu'une recherche utile ? *Revue internationale PME*, 27(3-4), 7-13.
- Demoustier, D. (2001). *L'économie sociale et solidaire. S'associer pour entreprendre autrement*. Paris : Syros.

- Dénéchère, F., Durand, G. & Maréchal, G. (2008). Systèmes alimentaires territorialisés: les circuits courts comme vecteurs de développement territorial. Dans G. Maréchal (dir.), *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires* (p.161-174). Dijon : Educagri.
- Denieul, P.N. (2008). Développement social, local et territorial : repères thématiques et bibliographiques sur le cas français. *Mondes en développement* 2(142), 113-130.
- Deroy, X. (2008). L'événement entrepreneurial et le modèle entrepreneurial. *Revue française de gestion* 7(187), 51-63.
- Desreumaux, A. & Brechet, J.-P. (2013). L'entreprise comme bien commun. *Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise* 3(7), 77-93.
- Deverre, C. & Traversac, J.B. (2011). Manger local, une utopie concrète. *Métropolitiques*. Repéré dans <http://www.metropolitiques.eu/Manger-local-une-utopie-concrete.html>
- Deverre, C. et Lamine, C. (2010). Les systèmes agroalimentaires alternatifs. Une revue de travaux anglophones en sciences sociales. *Économie rurale*, (317), 57-73.
- Di Méo, G., Castaingts, J.P. & Ducournau C. (1993), Territoire, patrimoine et formation socio-spatiale (exemples gascons). *Annales de Géographie*, 102(573), 472-502.
- Di Méo, G. (1998). Le territoire. Dans G. Di Méo, *Géographie sociale et territoire*. Paris : Nathan Université.
- Draperi, J.F. (2011). *L'économie sociale et solidaire : une réponse à la crise ? Capitalisme, territoires et démocratie*. Paris : Dunod.
- Dubé, F. (2002). *Le déclin de l'institution*. Paris : Seuil.
- Dubé, F. (2005). Pour une conception dialogique de l'individu, *Textuel* Repéré dans <http://espacestemp.net/document1438.html>
- Dubuisson-Quellier, S. & Giraud, C. (2010). Les agriculteurs entre clôtures et passerelles. Dans J. Remy, B. Hervieu, F. Purseigle, N. Mayer & P. Muller, *Les mondes agricoles en politique : De la fin des paysans au retour de la question agricole* (p.111-129). Paris : Presses de Sciences Po.
- Dubuisson-Quellier, S. & Lamine, C. (2004). Faire le marché autrement : L'abonnement à un panier de fruits et légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs. *Sciences de la société*, (62), 145-167.
- Dubuisson-Quellier, S. & Le Velly, R. (2008). Les circuits courts entre alternative et hybridation. Dans G. Maréchal G. (dir.), *Les circuits courts alimentaires : Bien manger dans les territoires* (p.105-112). Dijon : Educagri,
- Dubuisson-Quellier, S. (2008). De la souveraineté à la gouvernance des consommateurs : l'espace du choix dans la consommation. *L'Économie politique*, 39(3), 21-31.

Dubuisson-Quellier, S. (2009). Construire des alternatives au marché. Dans S. Dubuisson-Quellier, *La consommation engagée* (p. 105-129). Paris : Presses de Sciences Po.

Dubuisson-Quellier, S. (2012). Le consommateur responsable : La construction des capacités d'action des consommateurs par les mouvements militants. *Sciences de la société* (22), 105-125.

Duchesne, S. & Haegel, F. (2004). *L'Enquête et ses méthodes : l'entretien collectif*. Paris : Éditions Nathan.

Dufeu I., Le Velly R. (2016), Quelle régulation pour les filières biologiques ?, *Innovations Agronomiques*, (51), 65-74.

Dufeu, I., Ferrandi, J. M. (2011). *Proximité perçue, Confiance, Satisfaction* et Engagement des consommateurs dans le cadre d'une économie du lien : les AMAP. Communication présentée aux 5èmes journées de recherche en sciences sociales.

Dufour, A. & Lanciano, E. (2012). Diversité des trajectoires en maraîchage. Dans A.H Prigent-Simonin. & C. Hérault-Fournier (dir.), *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.103-116). Versailles : QUAE.

Dufour, A. & Lanciano, E. (2012). Les circuits courts de commercialisation : un retour de l'acteur-paysan. *Revue française de socio-économie*, (9), 153-160.

Dufour, A., Hérault-Fournier, C., Lanciano E. & Pennec, D. (2011). L'herbe est-elle plus verte dans le panier ? Satisfaction au travail et intégration professionnelle de maraîchers qui commercialisent sous forme de paniers. Dans J.B. Traversac (dir.), *Contributions des circuits courts alimentaires au développement régional*. Dijon : Educagri.

Dumain, A. & Lanciano, E. (2010). Comment ne pas faire de commerce tout en en faisant ? Le cas de systèmes de paniers dits alternatifs en agglomération lyonnaise. Dans E. Dacheux & D. Goujon, (dir.), *Réconcilier Démocratie et Economie : la dimension politique de l'entrepreneuriat en économie sociale et solidaire* (p.276-288). Paris : Michel Houdiard Éditeur.

Dumain, A. & Maurines, B. (2012). Composer les manières de gouverner. Dans A.H. Prigent-Simonin & C. Hérault-Fournier (dir.), *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.215-231). Versailles : Educagri.

Dumain, A., Maurines, B. & Praly, C. (2011). Circuits courts et territoires - Étude de dispositifs d'actions en Rhône-Alpes. Dans J.B. Traversac (dir.), *Circuits courts : contribution au développement régional*. Dijon : Educagri.

Dupouy, A. (2006). Représentations et projets de création d'entreprises innovantes : application à l'accompagnement du créateur », *Cognitiques-Cognitics, Représentation et Management*, 111-125.

- Duran, P. & Thoenig, J.-C. (1996). L'État et la gestion publique territoriale. *Revue française de science politique*, 46(4), 580-623.
- Durkheim, E. (1967, [1893]), *De la division du travail social*, Paris, PUF.
- Dussuc, B. & Geindre, S. (2012, Octobre), *Capital social, théorie des réseaux sociaux et recherche en PME : une revue de la littérature*. Communication présentée au 11ème congrès CIFEPME (Congrès International francophone en entrepreneuriat et PME), Brest, France.
- Eme, B., (2000). Les services de proximité. *Informations Sociales*, (13), 34-42.
- Emin, S. & Schieb-Bienfait, N. (2007). Projets entrepreneuriaux de l'économie sociale et solidaire : Propositions pour de nouveaux cadres d'analyse. *Économie et Solidarités*, 38(1), 127-155.
- Emin, S. & Schieb-Bienfait, N. (2011). How does the non profit economy affect Entrepreneurship ? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 14(4), 456-477
- Emin, S. & Schieb-Bienfait, N. (2013). De la pertinence des approches par le projet pour analyser les processus entrepreneuriaux collectifs : Une étude de cas sur le territoire de la Confédération Paysanne. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 12(1), 15-42.
- Escadafal, A. (2007). Attractivité des destinations touristiques : quelles stratégies d'organisation territoriale en France ? *Téoros*, 26(2), 27-32.
- Euclides, A.M. (2006). Consommation responsable. Dans Laville J.L.& Cattani A.D., *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer.
- Fassel, V. (2008). Les ventes à la restauration collective. Consommer local et biologique, Dans G. Maréchal (dir.), *Les circuits courts alimentaires : Bien manger dans les territoires* (p.77-92). Dijon : Educagri.
- Faure, A. (2010). *Territoires/territorialisation*. Dans L. Boussaguet, S. Jacquot, P. Ravinet *Dictionnaire des politiques publiques* (p. 623-632). Paris : Presses de Sciences Po.
- Faure, A. (2013). Territoire. Dans I. Casillo, R. Barbier, L. Blondiaux, F. Chateauraynaud J. M. Fourniau, R. Lefebvre, C. Neveu & D. Salles (dir.), *Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation*. Paris : GIS Démocratie et Participation. Repéré dans <http://www.dicopart.fr/en/dico/territoire>.
- Fayolle, A. (2005). *Introduction à l'entrepreneuriat*. Paris : Dunod.
- Féret, S., Douguet, J.-M. (2011). Agriculture durable et agriculture raisonnée. *Nature, Sciences, Société*, 9, 1, 58-64.
- Fillon, L.J. (1997). Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance. *Revue internationale PME : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 10(2), 129-172.

- Forno, F. & Graziano, P. R. (2014). Sustainable community movement organisations. *Journal of Consumer Culture*, 14(2), 139-157.
- Fourcade, C. & Marchesnay, M. (1997). Rationalités des politiques de développement local et PME. *Revue d'Économie Méridionale*, 45(180), 457-477.
- Fourcade, C. (2008). Des dynamiques territorialisées novatrices : le cas des PME agro-alimentaires. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (2), 193-210.
- Fraisse, L., Gardin, L., Laville, J.L., Petrella, F. & Richez-Battesti, N. (2015). *L'entrepreneuriat social est-il soluble dans l'ESS ?* Communication présentée aux 15^{ème} Rencontres Interuniversitaires de l'ESS, Reims.
- Frémont, A. (2005). Le système territorial en France, en Afrique du Sud, dans le monde : éléments pour une comparaison. Dans B. Antheaume & F. Giraut F. *Le territoire est mort : vive les territoires ! Une refabrication au nom du développement* (p.109-131). Paris : IRD.
- Frère B., (2009), *Le nouvel esprit solidaire*, Paris, Desclée de Brouwer.
- Fréry, F. (2012). Une critique de l'article de J. P. Bréchet. *Revue française de gestion* 5(24), 33-38.
- Gadioux, S.-E. (2010). Qu'est-ce qu'une banque responsable ? Repères théoriques, pratiques et perspectives. *Management & Avenir*, 8(38), 33-51.
- Gadrey, J. & Jany-Catrice, F. (2016). *Les nouveaux indicateurs de richesse*. Paris : La Découverte.
- Gadrey, J. (2010). *Adieu à la croissance. Bien vivre dans un monde solidaire*. Paris : Les Petits matins.
- Gagnol, L. (2011). Espace et pouvoir au sein des sociétés fluides et mobiles. *L'information géographique*, 75(1), 83-94.
- Gardin, L. (2006). *Les initiatives solidaires : La réciprocité face au marché et à l'État*. Paris : Erès.
- Geindre, S. (2005). Le rôle de l'acteur tiers dans la construction d'un réseau stratégique. *Revue Française de Gestion*, (154), 75-91.
- Gendron, C. (2006). Mouvements sociaux. Dans J.-L. Laville & A. D. Catani (dir.). *Dictionnaire de l'autre économie* (p.479-489). Paris : Desclée de Brouwer.
- Gendron, C., Lapointe, A., Champion, E., Belem, G. & Turcotte, M.F. (2006). Le consumérisme politique : une innovation régulatoire à l'ère de la mondialisation. *Interventions Économiques*, (33). Repéré dans <http://interventionseconomiques.revues.org/790>.

- Getz, I. (2016, juillet). *L'entreprise libérée*. Communication présentée au 20^{ème} colloque Projectics. Bidart.
- Ghertman, M. (2003). Oliver Williamson et la théorie des coûts de transaction. *Revue française de gestion*, 1(142), 43-63.
- Ghewy, P. (2006). La légitimation sociale de l'activité économique de l'entreprise par le discours sur les valeurs : le cas des TPE. *Marché et organisations*, 2(2), 97-108.
- Giordano, Y. & Jolibert, A. (2012). Spécifier l'objet de la recherche. Dans M.-L. Gavard-Perret, D. Gotteland, C. Haon et A. Jolibert (dir.), *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion : réussir son mémoire ou sa thèse* (p. 63-105). Paris : Pearson Education.
- Giraud, C. & Rémy J. (2013). Division conjugale du travail et légitimité professionnelle : Le cas des activités de diversification agricole en France. *Travail, genre et sociétés* 2(30), 155-172.
- Giraut, F. & Antheaume, B. (2008 [2005]). Au nom du développement, la (re)fabrication des territoires. Dans B. Antheaume & F. Giraut (dir.) *Le territoire est mort. Vive les territoires ! Une (re)fabrication au nom du développement* (p.9-36), Paris : IRD.
- Giraut, F. (2008). Conceptualiser le Territoire. *Construire les territoires, Historiens et géographes*, (403), 57-68.
- Girin, J. (1990). L'analyse empirique des situations de gestion : Éléments de théorie et de méthode. Dans A.C. Martinet & Y. Pesqueux, *Épistémologies des sciences de gestion* (p.141-182). Paris : Economica.
- Godbout, J.T. (1992). *L'esprit du don*. Paris : La découverte.
- Godelier, M. (2000). Aux sources de l'anthropologie économique. *Socio-anthropologie*. Repéré sur <http://socio-anthropologie.revues.org/98>
- Godin B. (2011). *Innovation and Politics: The Controversy on Republicanism in Seventeenth-Century England*, Working Paper No. 10, Project on the Intellectual History of Innovation, Montréal. Repéré dans <http://www.csiic.ca/PDF/RepublicanismWP10.pdf>
- Golsorkhi, D., Bergeron, H., Castel, P., Durand, R. & Leca, B. (2011). Mouvements sociaux, organisations et stratégies. *Revue française de gestion*, 8 (217), 79-91.
- Gomez, A. & Itçaina, X. (2014). Utopiques alliances ? La construction de la cohérence discursive des mobilisations autour des circuits courts en Pays Basque. *Lien social et politiques*, (72), 93-108.
- Goulet, F. & Vinck, D. (2012). L'innovation par retrait : Contribution à une sociologie du détachement. *Revue française de sociologie*, 53(2),195-224.
- Granovetter, M. (2006). L'influence de la structure sociale sur les activités économiques. *Sociologies pratiques*, 13(2), 9-36.

- Gueslin, A. (2002). Les banques de l'économie sociale en France : Perspectives historiques. *Revue d'économie financière*, (67), 21-43.
- Guidez, P. (2003). Valeurs. Dans *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p.974-975). Paris : Belin.
- Guiraud, N., Laperrière, V. & Rouchier, J. (2014). Une géographie des circuits courts en région Provence-Alpes-Côte d'azur : État des lieux et potentialités de développement. *L'Espace géographique* 43(4), 356-373.
- Guyot, J. & Vandewattyne, J. (2008). *Les logiques d'action entrepreneuriale : Le cas des primo-créateurs d'entreprise en Région wallonne*. Louvain-la-Neuve. Belgique : De Boeck Supérieur.
- Guyot, J.L. & Van Rompaey, B. (2002). Entrepreneuriat et création d'entreprise : Revue de la littérature et état de la recherche, Discussion papers (0201), Institut Wallonde l'Evaluation, de la Prospective et de la Statistique. Repéré dans <http://docplayer.fr/867832-Entrepreneuriat-et-creation-d-entreprise.html>
- Hansen, K.R. & Allen, J.E. (1992). The creation corridor : environmental load and pre-organization information-processing ability, *Entrepreneurship : Theory and Practice*, 17(1), 57-65.
- Hardt, M. & Negri, A. (2000). *Empire*. Paris : Exils.
- Harribey, J.M. (2005). La richesse au-delà de la valeur. *Revue du MAUSS*. (26), 349-365.
- Héroult-Fournier, C. (2013). Est-on vraiment proche en vente directe ? Typologie des consommateurs en fonction de la proximité perçue dans trois formes de vente : AMAP, Points de vente collectifs et Marchés. *Management & avenir*, (6), 167-184.
- Héroult-Fournier, C., Merle, A. & Prigent-Simonin, A.H. (2012). Comment les consommateurs perçoivent-ils la proximité à l'égard d'un circuit court alimentaire ? *Management & Avenir*, 3(53), 16-33.
- Héroult-Fournier, C., Olivier, F. & Scheffer, S. (2009, juillet). *Quel impact des contextes territoriaux sur l'émergence des démarches de valorisation des produits alimentaires, fondées sur une proximité producteurs-consommateurs ?* Communication présentée au 46ème Colloque de l'ASRDLF, Clermont-Ferrand.
- Héroult-Fournier, C., Merle A. & Prigent-Simonin A-H., (2014), Diagnostiquer la proximité perçue en vente directe de produits alimentaires. *Décisions Marketing*, (73), 85-104.
- Hernandez, É. (2006). Les trois dimensions de la décision d'entreprendre. *Revue française de gestion*, 9(168-169), 337-357.
- Hirschman, A.O. (1980). *Les passions et les intérêts*. Paris : PUF.

- Hochedez, C., Le Gall, & J. (2011). Nord et Sud face aux crises. De nouveaux réseaux maraîchers métropolitains au service d'une agriculture de proximité : les cas de Buenos Aires et Stockholm. *Noroi*, 4(221), 25-38.
- Hollard, G. & Sene, O. (2010). Elinor Ostrom et la gouvernance économique. *Revue d'Economie politique, Dalloz*, 3(120), 441-452.
- Hrabanski, M. (2011). Souveraineté alimentaire. Mobilisations collectives agricoles et instrumentalisations multiples d'un concept transnational. *Revue Tiers Monde*, 3(207), 151-168.
- Humbert, M. & Castel, O. (2008). Une optique internationale : circuits courts, mondialisation et relocalisation de l'économie. Dans G. Maréchal, *les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (p.125-137). Dijon : Educagri.
- Husser, J. (2009). La théorie des conventions : quelle logique organisationnelle ? *Vie & sciences de l'entreprise* 2(182), 75-85.
- INSEE (2015). Créations d'entreprises - juillet 2015, *Informations Rapides* n° 200. Repéré dans <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1565068>
- Iribarne, (d') P. (1992). Comment l'économie assure-t-elle sa clôture ? », *Revue du MAUSS* n°15-16, p.58-77
- Itçaina, X. & Gomez, A. (2015). Territorial identity and grassroots economic activism: the politicization of farmers' mobilizations in the French Basque Country. *Partecipazione e conflitto*. 2(8), 478-503.
- Itçaina, X. (2005). Entre christianisme et altermondialisme : le syndicat paysan basque elb. *Etudes rurales*, 3(175-176), 195-214.
- Itçaina, X. (2009). La représentation agricole en débat. Le cas du Pays Basque français. *Économie rurale*, 4(312), 52-65.
- Itçaina, X., (2010). Les régimes territoriaux de l'économie sociale et solidaire : le cas du Pays Basque français. *Géographie, économie, société*, (12), 71-87.
- Jacques, R. (2005). Les trois stades du capitalisme comptable français. Dans M. Capron, *Les normes comptables internationales – Instruments du capitalisme financier* (p.89-119). Paris : La Découverte.
- Jansen, F. (2009). L'entrepreneur, ses caractéristiques et ses motivations. *Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat* (p.39-58). Paris : DeBoeck Supérieur.
- Janssen, F., Bacq, S., & Brouard, F. (2012). L'entrepreneuriat social : un thème pour la recherche passée, présente et future. *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 25(3-4), 17-44.

- Jany-Catrice, F. (2016). La mesure du bien-être territorial : Travailler *sur* ou *avec* les territoires ? *Revue de l'OFCE*, 145, (1), 63-90.
- Jappe, A. (2009). Le « côté obscur » de la valeur et le don. *Revue du MAUSS*, 2(34), 96-113.
- Jean, P. & Michaël, P. (2007, octobre). *AMAP ET PVC : vers de nouvelles formes péri-urbaines d'agriculture et de consommation alimentaire ?* Communication au Colloque Les agricultures périurbaines, un enjeu pour la ville, vers des projets de territoire, Nanterre.
- Johannisson, B. (2002). *Entrepreneurship as a collective phenomenon*, Working Paper, Scandinavian Institute for Research in Entrepreneurship (SIRE), Växjö University, Sweden
- Jouen, M. & Lorenzi, F. (2014). La dimension territoriale et politique des circuits courts alimentaires : Représentations et enjeux dans le débat européen sur la politique agricole commune. *Sciences Eaux & Territoires 1*(13), 12-19.
- Jullien, B. & Smith, A. (2012). Le gouvernement d'une industrie : Vers une économie institutionnaliste renouvelée. *Gouvernement et Action Publique*, (1), 103-123.
- Kapp, K.W. (2015 [1963]). *Les coûts sociaux de l'entreprise privée*. Paris : Les Petits Matins.
- Katz, J. & Gartner W.B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of management review*, 13(3), 429-441.
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*. 99(3), 483-499
- Lagane, J. (2011). Du teikei à l'AMAP, un modèle acculturé, *Développement durable et territoires*, 2(2). doi : 10.4000/developpementdurable.9013
- Lagrange, L. & Valceschini E. (2007). L'économie de la qualité : enjeux, acquis et perspectives, *Économie rurale*, (300), 94-99.
- Lanciano E., M. Poisson, S. Saleilles, 2012, « Un foisonnement de profils et de démarches » in Prigent-Simonin A-H, Hérault-Fournier C (coord.), *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.85-102). Versailles : QUAE.
- Lanciano, E. & Saleilles, S. (2010, octobre). Le développement des circuits courts alimentaires : un nouveau souffle entrepreneurial dans l'agriculture ? Communications présentée au *Congrès International Francophone sur l'Entrepreneuriat et la PME*, Bordeaux.
- Lanciano, E. & Saleilles, S. (2011), « Le travail institutionnel du mouvement des AMAP », *Revue française de gestion*, (8), 155-172.
- Latour, B. (2006). *Changer la société, refaire de la sociologie*. Paris : La Découverte.
- Laurent, P. (1989). L'entrepreneur dans la pensée économique. *Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise*, 2(1), 57-70.

- Lauriol, J. (2004). Le développement durable à la recherche d'un corps de doctrine. *Revue française de gestion*, 5(152), 137-150.
- Laval, C. (2007). *L'homme économique : Essai sur les racines du néo-libéralisme*. Paris : Gallimard NRF.
- Laville, J.L. (2003). Avec Mauss et Polanyi, vers une théorie de l'économie plurielle. *Revue du MAUSS* 1(21), 237-249.
- Le Berre, M. (1992). Territoires. Dans *Encyclopédie de Géographie*. (p.1132). Paris : Economica.
- Le Caron, Y & Daniel R. (2007). Les motivations des agriculteurs en vente directe en Bretagne. Dans H. Amemiya, *L'agriculture participative. Dynamiques bretonnes de la vente directe* (p.95-124). Rennes : Presses Universitaire de Rennes.
- Le Galès P., (2003). Gouvernance. Dans J. Levy & M. Lussault, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Belin.
- Le Roy, F. & Guillotreau, P. (2002). Contester la domination des leaders de marché en changeant les règles du jeu : le cas de l'industrie thonière française. *Management International*, 6(2), 29-41.
- Le Rudulier, K. (2010). Les Amap: un cadre juridique original, hybride, complexes, façonné par l'autorégulation. *Revue POUR*, (204), 141-146.
- Le Velly, R. & Bréchet, J.P. (2011). Le marché comme rencontre d'activités de régulation : initiatives et innovations dans l'approvisionnement bio et local de la restauration collective. *Sociologie du travail*, 53(4), 478-492.
- Le Velly, R. (2006). Le commerce équitable : des échanges marchands contre et dans le marché. *Revue française de sociologie* 47(2), 319-340.
- Le Velly, R. (2007). Le problème du désencastrement. *Revue du MAUSS semestrielle*, (29), 241-256.
- Le Velly, R. (2011a). Le mouvement Artisans du Monde au miroir du commerce équitable Nord-Nord : entre élargissement et renouvellement du projet et des pratiques. *Ethique & Economique*, 8(2), 152-166.
- Le Velly, R. (2011b). Si loin, si proches : la difficile association entre circuits courts et commerce équitable. *Revue Tiers Monde*, 3(207), 133-149.
- Le Velly, R., Bottois, V., Brechet, J.P., Chazoule, C., Cornee, M., Emin, S., Praly, C. & Schieb-Bienfait, N. (2010). *Comment se fait la rencontre entre offres et demandes locales pour la restauration collective publique ?* Communication présentée au Colloque National Circuit courts alimentaires. Paris.

Leonard, V. (2010, décembre). *Essai de typologie des modes de commercialisation des produits fermiers en circuits courts*. Communication présentée au colloque sur Les circuits courts en Région wallonne : échanges et réflexions. Gembloux, Belgique.

Levratto, N. & Serverin É. (2009). Être entrepreneur de soi-même après la loi du 4 août 2008 : les impasses d'un modèle productif individuel. *Revue internationale de droit économique*, De Boeck Université, XXIII, (3), 325-352.

Loillier, T. (2010). Innovation et territoire, le rôle de la proximité géographique ne doit pas être surestimé. *Revue Française de gestion*, (200), 15-35.

Lori, M. (2008). Défense des droits de l'homme : les comportements d'achat comme praxis politique. *L'Économie politique*, (39), 50-68.

Loubaresse, É. & Pestre, F. (2014). Les facteurs de réussite d'une stratégie collective : le cas d'Interloire. Dans S. Charters & V. Michaux (dir.), *Stratégies des territoires vitivinicoles : clusters, gouvernance et marque territoriale* (p. 209-222). Caen : Management & Société.

M.Poisson, M. & Saleilles, S. (2012). À chaque collectif de producteurs sa recette. Dans A.H. Prigent-Simonin & C. Herault-Fournier (dir.), *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.117-137). Dijon : Educagri.

Malinvaud, E. (1995). L'économie s'est rapprochée des sciences dures, mouvement irréversible mais achevé. Dans A.d'Autume et J. Cartelier, *L'économie devient-elle une science dure ?* (p.9-17). Paris : Economica.

Marchenay, M. & Morvan, Y. (1979). Micro, macro, meso... *Revue d'économie industrielle*, 8(1), 99-103.

Marchenay, M. (2009). *La rhétorique entrepreneuriale en France. Entre sémantique, histoire et idéologie*, Bordeaux ADEG.

Maréchal, G. (2008, novembre). *Du teikei à l'AMAP: esprit, es-tu là?* Communication présentée au 2e Colloque international du Programme de Recherche d'Intérêt Régional Vente Directe Bretagne-Japon. Rennes.

Maréchal, G., & Spanu, A. (2010). Les circuits courts favorisent-ils l'adoption de pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement. *Courrier de l'environnement de l'INRA*, 59, 33-46.

Marion, G. (2013). La formation de la valeur pour le client : Interactions, incertitudes et cadrages. *Perspectives culturelles de la consommation*, 3(1), 13-46.

Marquat, C. & Diemer, A. (2014, octobre). *L'éducation au développement durable, entre spécificité des pays du nord et modèle généralisable aux pays du Sud, les enseignements de la décennie 2005-2014*. Communication présentée au Colloque francophone international, Bénin.

Marty, T. (2014). Michael Löwy, La cage d'acier. Max Weber et le marxisme wébérien. *Archives de sciences sociales des religions*, 168(4), 241-241.

Marx, K. (1994 [1857]). *Philosophies*. Paris : Gallimard.

Mas, S., Brutel C., Kerouanton, M.H., Levy, D., Lodin F., Métayer S. (2010). *Atlas des zones d'emplois*. Repéré sur le site de l'INSEE : http://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/ATLAS_DES_ZONES_D_EMPLOI_2010_couverture_incluse_-2.pdf

Mathe, T. (2009), Comment les consommateurs définissent-ils l'alimentation durable ? *Cahier de recherche du CREDOC*, (270).

Mathieu A.L. & Soparnot R., (2009). Les dimensions ontologiques, stratégiques et organisationnelles de l'appropriation du concept de développement durable en entreprise. *Management et Avenir*, 3(23), 199-218.

Mauss, M. (1989). *L'essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Paris : Presses Universitaires de France.

Méda, D. (2002). Le capital social : un point de vue critique. *L'Économie politique* 2/ (14), 36-47.

Meda, D. (2006). Richesse. Dans Laville J.L. & Cattani A.D., *Dictionnaire de l'autre économie*. Paris : Desclée de Brouwer.

Mercier, S. (2006). La théorie des parties prenantes : une synthèse de la littérature. Dans M. Bonnafous-Boucher & Y. Pesqueux (dir), *Décider avec les parties prenantes, approches d'une nouvelle théorie de la société civile*, (p.157-172), Paris : La Découverte.

Mercklé, P. (2004). *Sociologie des réseaux sociaux*. Paris : La Découverte.

Merle, A. & Piotrowski, M. (2012). Consommer des produits alimentaires locaux : comment et pourquoi ? *Décisions Marketing*, 1(67), 37-48.

Merle, A., Piotrowski, M. & Pringent-Simonin, A-H., (2009, novembre). *La consommation locale : pourquoi et comment ?* Communication présentée aux Journées de recherche en marketing de Bourgogne, Dijon.

Merlin, P. (2005). *L'aménagement du territoire*. Paris : Presses Universitaires de France.

Merrien F.-X., (1997 [1992]). Communauté et société. Dans M.K. Van Metter (dir.), *La sociologie* (p.195-212). Paris : Larousse.

Merrien, F.X. (1997 [1992]). Communauté et société. Dans M.K.Van Metter (dir.), *La sociologie* (p.195-212). Paris : Larousse.

Micaëlli J.P., Forest, J. (2009, juillet). *Une ontologie simonienne des sciences de l'artificiel*. Communication présentée à Confere'09. Marrakech.

- Mies, M. & Shiva V. (1998, [1993]), *Ecoféminisme*. Paris : l'Harmattan.
- Minvielle, P., Consales, J.N., & Daligaux, J. (2011). Région PACA : le système AMAP, l'émergence d'un SYAL métropolitain. *Économie rurale*, (322), 50-63.
- Moine, A. (2006). Le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie. *L'Espace géographique* 35(2), 115-132.
- Moity-Maïzi, P. (2010) Le style et l'efficacité technique mis en question. Dans J. Muchnik & C. De Sainte Marie, *Le temps des Syal* (p.47-66). Versailles : QUAE.
- Mondy, B. & Terrieux, A., (2010). Où s'alimentent les circuits courts ? : Le rôle des ateliers collectifs de transformation agroalimentaire. Dans JB Traversac, *Circuits courts contribution au développement régional* (p.89-101). Dijon : Educagri.
- Mondy, B. (2015a). Des premières CUMA de diversification aux ATC, vers une évolution des formes coopératives de production ? Dans P. Mundler & F. Valorge, *Ateliers de transformation collectifs : Enjeux et outils pour réussir* (p.23-38). Dijon : Educagri
- Mondy, B. (2015b, juin). *Systèmes alimentaires territorialisés : Innovations socio-économiques Analyse comparative d'initiatives de restauration collective*. Communication présentée à la Journée d'étude Circuits de proximité : un levier pour le développement territorial ? Projets collectifs, démarches entrepreneuriales, initiatives multi-acteurs, Marciac.
- Moreau, M. (2005). L'internationalisation de l'emploi et le débat sur les délocalisations en France : perspectives juridiques. Dans P. Auer, G. Besse & D. Méda, *Délocalisations, normes du travail et politique d'emploi* (pp. 176-205). Paris : La Découverte.
- Morizot-Braud, F. & Gauche, A. (2016). Références sur les circuits courts de commercialisation (RCC). *Innovations Agronomiques*, 49, 59-68. doi : 10.15454/1.4622760419837153E12
- Muchnik, J. (2010). Le fait technique, finalité et ancrage territorial. Dans J. Muchnik et C. De Sainte Marie, *Le temps des Syal* (p.31-46) Versailles : QUAE.
- Muchnik, J., & Salcido, G. T. (2008). Systèmes agroalimentaires localisés : état des recherches et perspectives. *Cahiers agricultures*, 17(6), 513-519.
- Muller, P. (2002). L'analyse cognitive des politiques publiques. Vers une sociologie politique de l'action publique. *Revue française de science politique*, 50(2), 189-208.
- Muller, P. (2009). *Les politiques publiques*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Muller, P. (2014). Référentiel. Dans *Dictionnaire des politiques publiques* (p. 555-562). Paris : Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.).
- Mundler, P & Laughrea, S. (2015, mai). *Les circuits courts font pousser les cheveux*, *Revue critique de littérature sur le rôle des circuits de proximité dans la durabilité du système*

alimentaire. Communication présentée aux 8^{ème} journées de la proximité. Session spéciale proximités et alimentation. Toulouse.

Mundler, P. & Rumpus, L. (2012). La route des paniers. Réflexions sur l'efficacité énergétique d'une forme de distribution alimentaire en circuits courts. *Cahiers de géographie du Québec*, 56(157), 255-271.

Mundler, P. (2007). Les Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne (AMAP) en Rhône-Alpes, entre marché et solidarité. *Ruralia. Sciences sociales et mondes ruraux contemporains*, (20). Repéré à <http://ruralia.revue.org/1702>.

Mundler, P. (2013). Le prix des paniers est-il un frein à l'ouverture sociale des AMAP ? Une analyse des prix dans sept AMAP de la Région Rhône-Alpes. *Économie rurale*, (336), 3-19.

Naves, P. (2016). L'encadrement des circuits courts. Du secteur agricole aux territoires ? *Économie rurale*, (355), 3-19.

Ndiaye, A. & Carimentrand, A. (2011). *De la consommation responsable à la consommation alternative*. Communication présentée au colloque du Réseau International de l'Animation. Saragosse.

Nikitin, M. (2006). Qu'est-ce qu'une problématique en science de gestion et comment l'enseigner ? *Comptabilité - Contrôle – Audit*, 12(3), 87-100.

Nouvel, D. (2008). Pour une gestion du sociétariat : le cas du Crédit mutuel Anjou. *Revue internationale de l'économie sociale*, (308), 35-55.

Olivier, F. (2010, mai). *L'accompagnement des circuits courts alimentaires : quels acteurs, pour quelle gouvernance ?* Communication présentée au colloque « Gouvernance de l'agriculture dans les territoires urbains et périurbains. Processus et modèles de développement, 78^{ème} Congrès de l'ACFAS, Montréal.

Olivier, F. (2012). Le renouveau du paysage institutionnel. Dans A.H. Prigent-Simonin & C. Herault-Fournier (dir.), *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.199-213), Dijon, Educagri.

Olivier, V. & Coquart, D. (2010). Les AMAP : une alternative socio-économique pour des petits producteurs locaux ? *Économie rurale*, (318-319), 20-36.

Omalek, L. & Rioux L. (2015). Vue d'ensemble. Dans *INSEE Références. Emploi et revenus des indépendants, édition 2015* (p.11-30). Repéré dans <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1374698>

Orléans, A. (2004) Préface à la réédition d'*Analyse économique des conventions* (p.9-48), Paris : Presses Universitaires de France.

Ostrom, E. & Basurto, X. (2013). *Façonner des outils d'analyse pour étudier le changement institutionnel*. Revue de la régulation, 14, 2e semestre, mis en ligne le 14 février 2014, URL : <http://regulation.revues.org/10437>.

- Ostrom, E. & Basurto, X. (2013). Façonner des outils d'analyse pour étudier le changement institutionnel. *Revue de la régulation*, (14). Repéré à <http://regulation.revues.org/10437>
- Paranthoën, J.B (2013). Distinction d'une petite bourgeoisie rurale : Un cas d'Amap. *Agone*, (51), 117-130.
- Paranthoën, J.B. (2013, juillet). Définir les « circuits courts » par et pour la science ? Comparaison de trois dispositifs du groupe de travail Barnier. Communication présentée au 12^{ème} congrès de l'Association Française de Sciences Politiques. Paris.
- Paturel, R. & Levy-Tadjine, T. (2008). De la validité scientifique des modélisations en entrepreneuriat. *Marché et organisations*, (6), 15-29.
- Paturel, R. (2007). Grandeurs et servitudes de l'entrepreneuriat. *Revue internationale de psychosociologie consacré aux représentations entrepreneuriales*, XIII(31), 27-43.
- Paus, M. & Réviron S. (2010). Mesure de l'impact territorial d'initiatives agroalimentaires. Enseignement de deux cas suisses », *Économie rurale*, (315), 28-45.
- Pecqueur, B. (2007). L'économie territoriale : une autre analyse de la globalisation. *L'économie politique*, (33), 41-52.
- Pellequer, D., Chiffolleau, Y. & Sirieix L. (2009). Les circuits courts : perceptions et pratiques de consommateurs du Languedoc-Roussillon. *Cahiers de l'observatoire, COXINEL*.
- Perret, B. (2015). De la propriété à l'usage : Vers la démarchandisation ? *Esprit*, (7), 30-39.
- Perrier-Cornet, P. & Capt, D. (1995). Les agriculteurs face à la nouvelle PAC. *Économie rurale*, (225), 22-27.
- Pesqueux, Y. (2009, janvier). La Responsabilité sociale des entreprises ou l'épuisement d'un thème en sciences de gestion. Communication présentée au 6^{ème} Congrès de l'ADERSE, Pau.
- Polanyi, K. (1983), *La grande transformation*, Paris, Gallimard.
- Porter, E.M., & Kramer, R. M. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89 (1/2), 62-77.
- Porter, M. (1982). *Choix stratégiques et concurrence. Techniques d'analyse des secteurs et de la concurrence dans l'industrie*. Paris : Économica.
- Porter, M. (2003[1986]). *L'avantage Concurrentiel. Comment devancer ses concurrents et maintenir son avance*, Paris, Dunod.
- Pourtier, R. (2008 [2005]). Les âges de la territorialité. Dans B. Antheaume & F. Giraut (dir.), *Le territoire est mort. Vive les territoires ! Une (re)fabrication au nom du développement* (p. 39-46), Paris, IRD.
- Powell, W.W. (1990). Neither Market nor Hierarchy : Network Forms of Organization. *Research in Organizational Behavior*, 12, 295-336.

- Prades, J. (2001). *L'homo economicus et la déraison scientifique*, Paris, L'Harmattan.
- Praly, C. & Chazoule, C. (2013). Les circuits de proximité en fruits, une économie de la variabilité complémentaire de l'expédition. *Review of Agricultural and Environmental Studies*, 94(1), 39-64.
- Praly, C., Chazoule, C., Delfosse, C. & Mundler, P. (2014). Les circuits de proximité, cadre d'analyse de la relocalisation des circuits alimentaires. *Géographie, économie, société*, 16(4), 455-478.
- Praly, C., Chazoule, C., Delfosse, C. & Saleilles, S. (2007, octobre). *AMAP ET PVC : vers de nouvelles formes péri-urbaines d'agriculture et de consommation alimentaire ?* Communication présentée au colloque : Les agricultures périurbaines, un enjeu pour la ville, vers des projets de territoire, Nanterre.
- Praly, C., Chazoule, C., Delfosse, C. & Saleilles, S. (2012). Repenser l'échelle d'approvisionnement des cantines. Dans A.H. Prigent-Simonin & C. Hérault-Fournier (dir.), *Au plus près de l'assiette: Pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.169-186). Versailles, QUÆ.
- Praly, C., Chazoule, C., Delfosse, C., Bon N. & Cornée M. (2009). *La notion de "proximité" pour analyser les circuits courts*. Communication présentée au 46^{ème} colloque de l'ASRDLF, Clermont-Ferrand.
- Prévost, B., Bellared, J.F., Chiffolleau, Y., Ferraton, C., Temri, L., Vallade, D. & Vercher C. (2009, septembre). *Innovation sociale et développement local durable : contours d'un programme de recherche*. Communication présentée au Séminaire sur les Réseaux de recherche sur l'Innovation, Montpellier.
- Prigent-Simonin, A.H., Hérault-Fournier, C. & Merle A. (2012). Développer la proximité. Dans A.H. Prigent-Simonin & C. Hérault-Fournier, *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires*, (p.47-62), Versailles : QUÆ.
- Prigent-Simonin, A.H., Hérault-Fournier, C. & Merle, A. (2012). Portrait d'un acheteur en circuits courts. Dans A.H. Prigent-Simonin & C. Hérault-Fournier, *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.29-45). Versailles : QUÆ.
- Purseigle, F. & Chouquer, G. (2013). Les territoires saisis par la firme. Introduction. *Etudes rurales* 1(191), 9-18.
- Purseigle, F. & Hervieu, B. (2009). Pour une sociologie des mondes agricoles dans la globalisation. *Etudes rurales* 1(183), 177-200.
- Raffestin, C. (1986). Écogénèse territoriale et territorialité. Dans F. Auriac & R. Brunet (dir.), *Espaces, jeux et enjeux* (p.173-185). Paris : Fayard.
- Raffestin, C. (1995). Espace et pouvoir. Dans A Bailly (dir.), *Les concepts de la géographie humaine*. Paris : Masson.

- Rallet, A. & Torre, A. (2004). Proximité et localisation. *Économie Rurale*, (280), 25-41.
- Rasolofodistler, F. & Zawadzki, C. (2013). Epistémologie et méthodologie des CIFRE : Illustration par des thèses soutenues en Finance Contrôle Stratégie. *Finance Contrôle Stratégie*, 16(4). doi : 10.4000/fcs.1406
- Raulet-Croset, N. (2008). La dimension territoriale des situations de gestion. *Revue française de gestion*, 4(184), 137-150.
- Redlingshöfer B., 2008. L'impact des circuits courts sur l'environnement. Dans G Maréchal (dir.) *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (p. 175-185). Dijon : Édition Educagri.
- Reix, F. (2008). L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrement relationnel et attachement symbolique. *Géographie, économie, société*, 10(1), 29-41.
- Reix, F. (2012). Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre. *Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise*, 1(1), 37-52
- Requier-Desjardins, D. (2010). L'évolution du débat sur les SYAL : le regard d'un économiste. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (4), 651-668.
- Richez-Battesti, N., Gianfaldoni P., Gloukoviezoff, G. & Alcaras J.R. (2006). Banques coopératives et innovations sociales. *Revue Internationale de l'Economie Sociale*, (301), 26-41.
- Richez-Battesti, N., Petrella F. & Vallade D. (2012). L'innovation sociale, une notion aux usages pluriels : Quels enjeux et défis pour l'analyse ? *Innovations*, 2(38), 15-36.
- Ripoll, F. (2009). Le concept " AMAP". Promotion et mise en pratique (s) d'une nouvelle norme d'échange entre consommateurs et producteurs agricoles. *Géographie et cultures*, (72), 99-116.
- Ripoll, F. (2011). Les AMAP : une diversité de pratiques et de significations. Dans G. Pleyers, *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire* (p.69-90), Paris : Desclée de Brouwer.
- Robert, R. (2015). Portrait du consommateur en travailleur. *Esprit*, (7), 66-74.
- Robert-Demontrond, P. & Özçağlar-Toulouse, N. (2011). Les ambiguïtés sémantiques du commerce équitable : micro-mythanalyse des imaginaires de consommation. *Recherche et Applications en Marketing*, 26(4), 53-70.
- Robert-Demontrond, P. (2008). Mesurer le juste prix des produits issus d'une filière « commerce équitable local » : principes, enjeux et limites épistémologiques d'une approche par évaluation contingente. *Management & Avenir*, 20(6), 216-239.

- Robert-Demontrond, P. (2010, janvier). *Nouveaux mouvements sociaux, ancien esprit : une étude des structures anthropologiques de l'imaginaire des Amapiens*. Communication présentée au 9th International Congress Marketing Trends, Venice.
- Romeyer, C. (2012). La restauration collective en quête de solutions logistiques. Dans A.H. Prigent-Simonin, C. Herault-Fournier (coord.), *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires*, (p.139-161), Dijon : Educagri.
- Rouquet, A. (2013, juin). *Entre marché, réseau et hiérarchie : l'association de standardisation*. Communication présentée au 22^{ème} Conférence Internationale du Management Stratégique, Congrès de l'AIMS, Clermont-Ferrand.
- Saives, A., Desmarteau, R. & Kerzazi, L. (2011). Modèles d'affaires, proximités et territorialisation des entreprises : Le cas de l'agroalimentaire au Québec. *Revue française de gestion*, 213(4), 57-75.
- Samak, M. (2012). Des agriculteurs contre le marché ? Itinéraire d'un mode alternatif de commercialisation des fruits et légumes. *L'Homme et la société*, 1(183-184), 207-224.
- Sarrazin, F. (2012). L'échange social plus fort que l'échange marchand. Dans A.H. Prigent-Simonin, C. & Herault-Fournier (coord.). *Au plus près de l'assiette : pérenniser les circuits courts alimentaires* (p.63-79). Dijon : Educagri.
- Scheffer, S. & Delfosse, C. (2010, mai). *Le renouveau des marchés*. Communication présentée au séminaire RRF, Etat des lieux de la recherche sur les circuits courts, Paris.
- Scheffer, S. (2009, décembre). *Du territoire promu aux lieux de pratiques, la destination gourmande en questions*. Communication présentée au XXIIème Entretien Jacques Cartier, Colloque International « Patrimoines alimentaires et destinations touristiques, passion ou raison ? Lyon.
- Scheffer, S. (2011). La dimension touristique des marchés : une forme particulière de renouveau ? Dans J.B. Traversac (dir.), *Circuits courts : contribution au développement régional*. Dijon : Educagri Editions.
- Schmitt, C. (2006). De la convergence de l'entrepreneuriat vers la notion de projet. Dans P. Lièvre, M. Lecoutre, M. K. Traoré, Management de projet, les règles de l'activité à projet (p. 125-135). Paris : Hermès / Lavoisier.
- Schmitt, C. (2015). *L'agir entrepreneurial. Repenser l'action des entrepreneurs*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Schmutz-Poussineau, A.M. (2008). La vente directe sur les marchés. Dans G. Maréchal (dir.), *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (p.31-43). Dijon : Educagri.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, (1), 217-226.

- Sirieux, L. (1999). La consommation alimentaire : Problématiques, approches et voies de recherche. *Recherche et Applications en Marketing*, 14(3), 41-58.
- Slim, A. (2004). *Le développement durable*. Paris : Le cavalier bleu.
- Smith, A. (1889 [1776]). *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*. Paris : Guillaumin.
- Soubeyran, O. (2009). Attention, ralentir, travaux ! Dans M. Vanier (dir.), *Territoires, territorialité, territorialisation. Controverses et perspectives* (p.185-192). Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Stanziani, A. (2008). La définition de la qualité des produits dans une économie de marché, *Economie politique*, (37), 95-112.
- Stevenson, H.H. & Jarillo, J.C. (1990). A Paradigm of entrepreneurship : entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Steyaert, C. (2007). Entrepreneurship as a conceptual attractor ? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship and regional development*, 19(6), 453-477.
- Sylvander, B., Lagrange, L. & Monticelli, C. (2007). Les signes officiels de qualité et d'origine européens : Quelle insertion dans une économie globalisée ? *Economie rurale*, 3(299), 7-23.
- Szczepanski-Huillery, M. (2005). L'idéologie tiers-mondiste : Constructions et usages d'une catégorie intellectuelle en « crise ». *Raisons politiques*, 2(18), 27-48.
- Talbot, D. (2010). La dimension politique dans l'approche de la proximité, *Economie, géographie, Société*, (12), 125-144.
- Taulelle, F. (2010). Vers la fin des Pays ? *L'Information géographique*, 4(74), 17-28.
- Terrieux, A. & Mamdy, L. (2013, juin). Les CCP marquent-ils l'apparition d'une « agriculture solidaire » ? Communication présentée au *Colloque international SFER*, Paris.
- Terrieux, A. & Mondy, B. (2011, août-septembre). Agriproxi: an attempt at reinventing urban - rural links. Communication présentée au *51st Congress of the European Regional Science Association*, Barcelona.
- Terrieux, A. (2013, juin). Circuits courts et de proximité et accentuation du travail féminin, Communication présentée au *Colloque international SFER*, Paris.
- Terrieux, A. (2015). Les ATC en France : définition et regard d'ensemble. Dans P. Mundler & F. Valorge (dir.), *Ateliers de transformation collectifs : Enjeux et outils pour réussir* (p.39-80), Dijon : Educagri.

- Thivet, D. (2012). Des paysans contre la faim : La « souveraineté alimentaire », naissance d'une cause paysanne transnationale. *Terrains & travaux*, 1(20), 69-85.
- Torre, A. (2008). Commentaire : Réflexions à partir des textes d'O. Bouba-Olga, M. Grossetti & D. Talbot. Proximité géographique et pragmatique de l'action. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, (3), 329-332.
- Tounes, A. & Fayolle, A. (2006). L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur. *La Revue des Sciences de Gestion*, 4(220-221), 17-30.
- Trentmann, F. (2008). Le consommateur en tant que citoyen : synergies et tensions entre bien-être et engagement civique. *L'Économie politique*, 39(3), 7-20.
- Tyl B., Lizzaralde I. & Allais R. (2015). Local value creation and eco-design: a new paradigm. *Procedia CIRP*, 30, 155-160.
- Ueda K., Takenaka T., Vánca J., Monostori L., (2009). Value creation and decision-making in sustainable society. *CIRP Annals - Manufacturing Technology*, 58(2), 681-700.
- Van de Ven A.H. & Poole M.C. (1995). Explaining development and change in organizations, *Academy of Management Review*, 20(3), 510-540.
- Venn, L., Kneafsey, M.R., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E., Tuomainen, H. (2006), Researching european « alternative » food networks, some methodological considerations, *Area*, (38), 248-258.
- Verstraete, T. & Fayolle, A. (2005). Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, 4(1), 33-52.
- Verstraete, T. & Saporta, B. (2006). *Création d'entreprise et entrepreneuriat*, Bordeaux : édition ADREG.
- Verstraete, T. (2002). *Essai sur la singularité de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche*. Bordeaux : édition ADREG.
- Verstraete, T. (2003). *Trois niveaux à singulariser dans l'étude de la relation liant l'entrepreneur et l'organisation qu'il impulse : cognitif, structural et praxéologique* », Dans Verstraete, T. *Proposition d'un cadre théorique pour la recherche en entrepreneuriat : PhE = f[(Cx Sx P) \subset (Ex O)]*, (p. 21-41). Bordeaux : édition ADREG.
- Villard, S. (2008). Les ventes directes à la ferme. Dans G. Maréchal (dir.), *Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires* (p.45-53). Dijon : Educagri.
- Vincq, J.L., Mondy, B. & Fontorbes, J.P. (2010). Réseaux alimentaires de proximité et construction de la qualité, *Economie rurale*, 318-319, 5-19.
- Vinsonneau, G. (2003). *Culture et comportement : Introduction à la psychologie anthropologique et interculturelle*. Paris : Armand Colin.

- Viveret Patrick, 2003, *Reconsidérer la richesse*, Paris : Ed. de l'Aube.
- Volvey, A., 2003, Terrain. Dans J. Lévy et M. Lussault (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (p. 904-906). Paris : Belin.
- Walther, O. (2008). Paul Krugman : (presque) un Nobel de géographie, *Articulo-Journal of Urban Research*, repéré dans <http://articulo-revues.org/791>.
- Weber, M. (2004 [1905]). *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*. Paris : Gallimard.
- Williamson, O. E. (1981). The Modern Corporation : Origins, Evolution, Attributes. *Journal of Economic Literature*, 19 (4), 1537-1568.
- Yami, S. (2003). Petite entreprise et stratégie collective de filières, *Revue Française de Gestion*, 29(144), 165-179.
- Yami, S. (2006). Fondements et perspectives des stratégies collectives. *Revue française de gestion*, 8(167), 91-104.
- Zardet, V. & Noguera, F. (2013). Quelle contribution du management au développement de la dynamique territoriale ? Expérimentation d'outils de contractualisation sur trois territoires. *Gestion & Management Public*, 2(2), 5-31.
- Zhang, J., Tagbata, D., Sirieix, L. (2009). Valorisation des produits locaux à travers les circuits courts : motivations et freins, importance des signes de qualité dans le cas des fruits et légumes en Languedoc-Roussillon. INRA.
- Zimmer, M. (2011). Les AMAP en France : entre consommation de produits fermiers et nouvel ordre de vie. Dans G. Pleyers (dir.), *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire* (p.47-67). Paris : Desclée de Brouwer.
- Zimmermann, J.B. (2005). Entreprises et territoires : entre nomadisme et ancrage territorial, *La Revue de l'Ires*, 1(47), 21-36.

Table des figures

Figure 1 : Architecture de la recherche	21
Figure 2 : Thèmes principaux de recherche en entrepreneuriat	25
Figure 3 : Caractéristiques le plus souvent attribuées aux entrepreneurs par les spécialistes en comportement	30
Figure 4 : Contributions des différentes disciplines en sciences de gestion à la définition de la valeur	45
Figure 5 : Les différentes formes de la valeur.....	55
Figure 6 : Comparaison des types d'entrepreneurs.....	62
Figure 7: Comparaison entre les approches économiques libérales et sociologiques relativement à l'entrepreneuriat et au développement des entreprises	67
Figure 8 : La boucle de rétroaction qui anime les territoires	111
Figure 9 : Représentation schématique des circuits courts et de proximité	126
Figure 10 : Exemples de circuits de proximité.....	127
Figure 11 : Thèmes de recherche sur les circuits alimentaires de proximité	128
Figure 12 : L'analyse des circuits courts alimentaires à la croisée de trois champs.....	140
Figure 13 : Typologie des circuits courts et de vente directe.....	142
Figure 14 : Typologie des circuits courts de proximité.....	146
Figure 15: La dialogique individu/création de valeur	162
Figure 16 : Le champ de l'entrepreneurship : outil dégradé	163
Figure 17 : La dialogique individu(s) /création de valeur locale	164
Figure 18 : Circuit économique et territoire.....	186
Figure 19 : statut juridique des structures impliquées dans une démarche entrepreneuriale .	187
Figure 20 : Critères de choix des démarches entrepreneuriales territorialisées	188
Figure 21: Le terrain d'étude de la thèse.....	190
Figure 22: Découpages administratifs des Régions Aquitaine et Midi-Pyrénées et des Grandes Régions Nouvelle-Aquitaine et Occitanie.....	192
Figure 23: Découpage des Pays	193
Figure 24 : Les zones d'emploi 2010 (réactualisées) sur les territoires étudiés.....	194
Figure 25 : Les zonages aires urbaines 2010.....	195
Figure 26 : Les territoires de vie	196
Figure 27: Densité de population sur les EPCI	197
Figure 28 : Catégorisation des projets selon sa nature individuelle ou collective de la démarche	215

Figure 29 : Reliefs	224
Figure 30 : Les périmètres fonctionnels des agglomérations transfrontalières	225
Figure 31 : Zones de montagnes et de massifs	226
Figure 32 : Dialogique porteurs de projets / accompagnement-soutien de l'entrepreneuriat .	227
Figure 33 : La dyade entrepreneurs /accompagnement.....	229
Figure 34 : Le lien accompagnement/porteur du point de vue du porteur	229
Figure 35 : Caractéristiques des structures d'accompagnement	230
Figure 36 : Caractéristiques des types d'intervention sur l'action entrepreneuriale.....	231
Figure 37 : Représentation horizontale et en réseaux des nouvelles démarches : le cas des SCIC	235
Figure 38 : Les deux types d'entrepreneuriat en rapport avec le territoire	244
Figure 39: Typologie des discours au regard du type d'entrepreneuriat.....	248
Figure 40 : Typologie des discours dans leur lien à la nature de l'entrepreneuriat.....	249
Figure 41 : Les trois modalités de mobilisation du territoire dans un projet économique.....	265
Figure 42 : Qualification de l'entité à l'origine d'une démarche entrepreneuriale territorialisée.....	281
Figure 43 : Les quatre types d'impulsions entrepreneuriales	282
Figure 44 : Les quatre fonctions dans le circuit économique.....	282
Figure 45 : Représentation graphique des maillons du réseau à partir d'une lecture acteurs .	283
Figure 46 : Interpénétration des modes de gouvernance.....	285
Figure 47 : Typologie des démarches entrepreneuriales à partir d'une entrée actants humains..	286
Figure 48 : Les ressources : définition et types	288
Figure 49 : Les deux types de ressources	288
Figure 50 : Schéma de la conception d'un produit au regard de la localisation des consommations intermédiaires	290
Figure 51 : Détermination des zones intra et extraterritoriales	291
Figure 52 : La chaîne économique de la démarche entrepreneuriale territorialisée entre circuit intra et extraterritorial.....	292
Figure 53 : Qualification de la valeur.....	293
Figure 54 : Schéma des démarches entrepreneuriales à partir d'une entrée actant	294
Figure 55 : Schéma général des démarches entrepreneuriales	297
Figure 56 : La structure en réseau avec intermédiaire marchand.....	299
Figure 57 : Structure en réseau avec coordinateur non-marchand.....	300
Figure 58 : La structure horizontale de production	301

Figure 59 : La structure horizontale de consommation.....	302
Figure 60 : Les quatre triades, structures de base des démarches entrepreneuriales territorialisées	303

Table des encadrés

Encadré 1 : Un groupement d'éleveurs de viande bovine bio (DET 4)	217
Encadré 2 : Une association de promotion des producteurs fermiers (FOC14 et DET5)	217
Encadré 3 : Une association de consommateurs qui s'approvisionne en produits locaux et de qualité (FOC46)	218
Encadré 4 : Une « société citoyenne » de production d'énergie renouvelable à base territoriale (DET43)	218
Encadré 5 : Une filière de porc né, élevé sous la mère, abattu et transformé sur le même territoire (FOC34 et FOC12).....	219
Encadré 6 : Relocalisation d'une filière de viande bovine (DET23 et FOC43).....	220
Encadré 7 : Une association de promotion des producteurs fermiers (II) (DET5)	221
Encadré 8 - Une filière de fromage typique (FOC6).....	221
Encadré 9 : Une démarche d'introduction des produits bio et locaux dans les cantines (DET3)	222
Encadré 10 : Une épicerie de produits bio et locaux (FOC40)	223
Encadré 11 : Création d'un outil collectif pour la transformation du tournesol (DET42)	232
Encadré 12 : Un syndicat mixte de production d'énergie pour son territoire (DET36).....	239
Encadré 13 : Une entreprise viticole (DET7).....	249
Encadré 14 : Une entreprise semi-industrielle de ski (DET24)	250
Encadré 15 : Entrepreneurs solo et projet à dimension territoriale : une entreprise collaborative et territoriale d'échange de biens.....	251
Encadré 16 : Entrepreneurs solo et projet à dimension territoriale : deux magasins de produits frais et locaux, une entreprise de transformation, un restaurant.....	252
Encadré 17 : De l'épicerie sociale à l'entreprise de distribution, du groupement d'achat de particulier à l'entreprise de distribution, évolution d'un projet (DET21 et DET26)	253
Encadré 18 : Du groupement d'achat à la création d'un supermarché coopératif et collaboratif (DET 37).....	255
Encadré 19 : Un projet de transformation fondé sur un approvisionnement local (DET33) .	257
Encadré 20 : Un projet de production d'énergie propre sur fond de collecte citoyenne (DET49).....	257
Encadré 21 : La production d'énergie à base locale : trois modalités de mise en œuvre (DET36, DET37 et DET49)	260

Encadré 22 : Une SCIC de production et d’approvisionnement en fruits et légumes biologiques (FOC27)	261
Encadré 23: Introduire des produits bio dans les cantines : chronique d’un échec (DET16)	262
Encadré 24: Développer les circuits courts : chronique d’un succès (DET10, DET11 et DET12)	263
Encadré 25 : Le territoire comme support du story telling (DET7)	266
Encadré 26 : Magasin revendiquant la vente de produits frais en circuit court (DET46).....	266
Encadré 27 : Transformation d’une gérance Jeff de Bruges en magasin au nom évoquant le territoire (DET47)	267
Encadré 28 : Les produits du terroir... en provenance d’autres territoires (DET48).....	267
Encadré 29 : De la production artisanale de sandales à la délocalisation à sa relocalisation (DET43, DET44 et DET45).....	268
Encadré 30 : Une SCIC de filière bois dans une vallée (DET8)	270
Encadré 31 : Un Food-Truck qui s’approvisionne localement (DET41)	271
Encadré 32 : Une marque collective associée et une SCIC de pêche artisanale et transformation (FOC13 et DET39)	272

Table des tableaux

Tableau 1 : Classement des personnes interrogées	189
Tableau 2 : Classement des personnes interrogées	203
Tableau 3 : Thèmes et sous-thèmes issus de l'analyse de contenu	206
Tableau 4 : Distinction des projets selon le nombre de porteurs et leur qualité	215
Tableau 5 : extraits de l'analyse linguistique réalisée à partir de TROPES.....	240
Tableau 6 : Analyse linguistique : comparaison entre quatre projets	242
Tableau 7 : Qualification des projets selon la nature de leurs réseaux	260
Tableau 8 : Caractéristiques des différentes formes d'approvisionnement	276
Tableau 9 : Caractéristique des maillons et exemples de démarches.....	304

Listes des annexes

Annexe 1 : L'axiologie depuis la Grèce Antique

Annexe 2 : Le cahier des charges de la CIFRE

Annexe 3 : Supports et activités réalisés dans le cadre de la thèse

Annexe 4 : Grilles d'entretien

4.1 : Grille des porteurs de projets

4.2 : Grille d'entretien des accompagnateurs de projets

Annexe 5 : Tableau des quarante-quatre entretiens

5.1 : Tableau des 10 entretiens exploratoires

5.2 : Tableau des 34 entretiens de recherche

Annexe 6 : Liste et descriptif des cinquante et une démarches entrepreneuriales territorialisées

Annexe 7 : Focale sur soixante-dix-sept projets autour d'une thématique spécifique et sur un territoire défini

Table des matières

REMERCIEMENTS	3
RÉSUMÉ	4
ABSTRACT	5
SOMMAIRE	6
INTRODUCTION GÉNÉRALE	8
0.1. Firmes, partage de la valeur et collaboration	9
0.2. Les initiatives en lien avec le territoire comme entité géographique et organisée	10
0.3. Création collective de valeur(s) pour le territoire	11
0.4. Démarche empirique, cadre d'analyse et problématique	12
0.5. Plan détaillé de la thèse	16
PARTIE I - ENTREPRENEURIAT, VALEUR(S) ET TERRITOIRE(S)	22
CHAPITRE 1 – ENTREPRENEURIAT ET CRÉATION DE VALEUR(S)	23
<i>Section 1 - Les principaux concepts et courants de l'entrepreneuriat</i>	<i>24</i>
1. La construction de l'entrepreneuriat comme champ autonome	24
1.1. Un domaine de recherche récent et éclaté.....	24
1.2. L'économie politique au fondement de l'entrepreneuriat	27
1.3. Schumpeter et l'avènement de l'entrepreneur au cœur de la dynamique économique	28
1.4. L'entrepreneuriat : de l'individu au processus... et retour	29
2. Le processus au cœur du phénomène entrepreneurial.....	31
2.1. Un processus... ou des processus	31
2.2. Des grilles d'analyse spécifiques pour saisir le processus	33
3. Paradigmes et courants de recherches actuels.....	34
3.1. L'émergence organisationnelle et les opportunités d'affaires.....	34
3.2. Deux courants, deux visions de l'entrepreneuriat	35
3.3. Les deux autres courants de l'entrepreneuriat : l'innovation et la création de valeur	37
3.1.1. Le courant de l'innovation	37
3.1.2. Le courant de la création de valeur.....	39
Conclusion : De la dimension processuelle de l'entrepreneuriat au choix du paradigme de la création de valeur	40
<i>Section 2 - La valeur, une notion polysémique</i>	<i>41</i>
1. La notion de valeur : au-delà de la valeur économique	41
1.1. Origine, destination et enjeux de la création de valeur	41
1.2. Des valeurs à la valeur économique : fondement de la conception contemporaine de la valeur.....	43
1.3. Consolidation par axiomatisation de la notion de valeur économique.....	44
1.4. Du processus de création de la valeur à la qualification de l'entrepreneuriat	46

2.	De l'intérêt aux autres motifs, du marché aux autres formes de l'économie	48
2.1.	Du mythe de l'économie de marché au fondement des sociétés aux pluralités des formes de l'économie	49
2.2.	Marché, réciprocité et redistribution.....	50
2.3.	Retour sur le concept de valeur en économie	51
	Conclusion : de la valeur aux valeurs	55
	CONCLUSION : LA CRÉATION DE VALEUR A L'EPREUVE DES TERRITOIRES	57
	CHAPITRE 2 - DE L'ENTREPRENEUR À L'IMPULSION ENTREPRENEURIALE.....	59
	<i>Section 1 - De la figure individuelle de l'entrepreneur à la complexité de l'impulsion entrepreneuriale</i>	<i>60</i>
1.	L'entrepreneuriat social : un cadre descriptif ou un modèle normatif ?.....	60
1.1.	Les organisations face à la triple injonction économique, sociale et environnementale	60
1.2.	De nouvelles motivations pour un nouvel entrepreneuriat ?.....	61
1.3.	Paradoxes et impasses du cadre de l'entrepreneuriat social.....	62
1.4.	« Ce que l'Economie Sociale et Solidaire fait à l'entrepreneuriat »	63
2.	De la dimension formelle de l'entrepreneuriat collectif à sa dimension institutionnelle	64
2.1.	Entreprendre « en temps de crise ».....	65
2.2.	De l'entrepreneur individuel.....	66
2.3.	... à son insertion sociale dans un réseau.....	68
2.4.	De l'entrepreneur en réseaux à l'entrepreneuriat collectif.....	70
2.5.	L'entrepreneuriat collectif : de l'aspect formel à la dimension institutionnelle.....	71
3.	L'entrepreneuriat collectif et collaboratif : de l'entrepreneur à l'impulsion entrepreneuriale	73
3.1.	La création collective d'un système d'offre à base territoriale	73
3.2.	Création collective : acteur tiers, co-production et impulsion entrepreneuriale.....	75
	Conclusion : une approche <i>multi-acteurs, multi-facteurs et multi-niveaux d'analyse</i>	76
	<i>Section 2 - Origines et objectifs des nouvelles impulsions entrepreneuriales innovantes</i>	<i>78</i>
1.	De la prospérité à l'insoutenabilité	79
1.1.	La déconnexion progressive entre richesse et bien-être.....	79
1.2.	De la durabilité au développement durable.....	80
1.3.	Le Développement Durable : un spectre de conceptions aux deux pôles antagonistes.....	82
1.4.	Une nouvelle phase de la création de valeur à partir et pour les territoires ?	83
2.	Les démarches entrepreneuriales territorialisées ou la prise en compte des parties-prenantes	86
2.1.	L'entreprise avec ou face à ses parties-prenantes ?	86
2.2.	Parties-prenantes et partage de la valeur.....	88
2.3.	La théorie des parties-prenantes à l'épreuve des dynamiques territoriales	89
3.	Nouveaux Mouvements Sociaux Economiques et place de la consommation.....	90
3.1.	De l'entreprise à l'espace marchand.....	91
3.2.	Centralité du consommateur et de la notion de besoin.....	92
3.3.	Du rôle du consommateur dans la contestation à son intégration comme co-producteur	93
3.4.	Critique interne et critique externe de l'ordre marchand ou critique sociale et critique "artiste" du capitalisme.....	94

3.5. Le rôle de la consommation dans le retour du local.....	96
3.6. De la communauté comme somme d'individualités à la communauté comme collectif.....	97
Conclusion : De nouveaux cadres d'analyse pour de nouvelles formes de démarches entrepreneuriales	99
CONCLUSION DU CHAPITRE 2	101
CHAPITRE 3 - TERRITOIRE ET PROJETS EN CIRCUITS DE PROXIMITÉS	102
<i>Section 1 - Quand le territoire s'invite dans la dynamique entrepreneuriale</i>	<i>103</i>
1. De la dimension spatiale à la dimension sociale du territoire	103
1.1. Un terme polysémique, une réalité multiple	104
1.2. Multiplicité et enchevêtrement	105
1.3. Les déterminants de l'appartenance à un territoire	106
1.4. Le territoire comme réseau ou les nouveaux référentiels de la territorialisation	107
1.5. Le territoire comme système complexe	109
2. De la dimension économique à la dimension politique.....	111
2.1. Stratégie de localisation et retour du territoire dans l'analyse économique	112
2.2. Proximités territoriales, organisations et individus.....	113
2.3. La problématique dominante de la compétitivité.....	114
2.4. Le développement économique local : de la logique de l'offre à celle de la demande	116
2.5. Décentralisation des processus de décisions au niveau des territoires infranationaux	117
2.6. Le territoire, nouveau point de détermination des enjeux sociétaux ?	118
2.7. Du développement local à la gouvernance	119
Conclusion : Le territoire au cœur de la dynamique entrepreneuriale.....	121
<i>Section 2 – Le cas archétypal des circuits alimentaires de proximité : un phénomène à la fois ancien et original.....</i>	<i>124</i>
1. Les circuits courts de proximité : du fait social à l'objet d'étude	125
1.1. Définition formelle des circuits de proximité alimentaire	125
1.2. Analyse d'un objet transdisciplinaire aux contours flous : recensement des disciplines et des thèmes	127
1.3. Une triple démarche	129
1.3.1. Niveau micro-analytique : l'individu et l'entité	129
1.3.2. Niveau méso-analytique : configuration multi-scalaire et rapports sociaux	130
1.3.3. Niveau macro-analytique : construction institutionnelle des marchés et encastrément	130
1.4. Cadres théoriques les plus mobilisés et problématiques les plus étudiées	131
1.5. Le débat autour de l'alternativité	133
2. De la question agricole à la sociétale : généalogie des recherches sur les circuits alimentaires de proximité ..	134
2.1. Les circuits courts de proximité : un thème évident pour les études rurales	134
2.2. La question agricole au prisme des mouvements sociaux.....	136
2.3. Une banalisation du phénomène ou un biais académique ?	137
2.4. Les circuits alimentaires de proximité comme relation de marché	138
3. Des circuits courts aux systèmes alimentaires, intérêt et limites des catégories d'analyse	140
3.1. Circuits courts alimentaires : une perception marchande du phénomène	141

3.2. Systèmes Alimentaires Localisés, Systèmes Agroalimentaires Alternatifs : une appréhension territoriale de la question agricole	143
3.3. Institutionnalisation et déssectorialisation de la question agricole	144
Conclusion : des vertus supposées aux effets réels des circuits de proximité alimentaires	146
Des vertus supposées	146
...aux effets réels des circuits de proximité alimentaires.....	147
CONCLUSION DU CHAPITRE 3	149
SYNTHÈSE DE LA PARTIE 1	150
PARTIE II - CADRE THÉORIQUE ET EMPIRIQUE DE LA RECHERCHE.....	153
CHAPITRE 4 – CHOIX DU PARADIGME ET MODELES THÉORIQUES : UNE APPROCHE	
CONSTRUCTIVISTE FONDÉE SUR LA THÉORIE DE L’ACTEUR-RÉSEAU.....	154
<i>Section 1 – Cadre épistémologique en sciences de gestion et en entrepreneuriat</i>	<i>155</i>
1. Une approche constructiviste et une démarche méso-analytique.....	155
1.1. Éléments de contexte concernant l’entreprise dans laquelle se réalise la thèse en CIFRE.....	155
1.2. Éléments de contexte concernant les attendus de la thèse en CIFRE.....	157
1.3. Une démarche méso-analytique et un paradigme constructiviste	158
1.4. Choix du paradigme relationniste au regard de la problématique entrepreneuriale	160
2. Cerner le phénomène entrepreneurial dans sa double dimension spatiale et temporelle.....	161
2.1. Cerner l’objet de la recherche : quel processus entrepreneurial ?	161
2.2. L’aspect processuel : systématiser, décrire par stades ?.....	165
2.3. L’entrepreneuriat : l’émergence organisationnelle dans un contexte spatial et relationnel changeant.....	166
2.4. Contourner les biais : limites et perspectives.....	167
Conclusion : la difficile appréhension du phénomène entrepreneurial.....	169
<i>Section 2 – Choix du cadre théorique : prendre en compte les actants dans les démarches</i>	
<i>entrepreneuriales territorialisées</i>	<i>170</i>
1. Le projet et l’acteur collectif au cœur du processus entrepreneurial.....	170
1.1. Retour sur les principaux cadres d’analyse pour un entrepreneuriat territorial.....	170
1.2. La <i>Project based view</i> : un cadre adapté à l’entrepreneuriat collectif et aux démarches territorialisées ?	171
1.3. L’Analyse des Logiques d’Action ou le paradigme de la stratégie de l’acteur rationnel	172
1.4. De la stratégie de l’acteur rationnel et à la théorie de l’effectuation.....	174
1.5. De la théorie de l’effectuation et à la dimension dialogique de l’individu.....	175
2. L’ <i>Actor Network Theory</i> ou Théorie de l’Acteur Réseau appliquée aux démarches entrepreneuriales territorialisées	176
2.1. Entrepreneuriat territorial et réseaux	176
2.2. Des acteurs aux actants : la théorie de l’acteur-réseau.....	177
2.3. La capacité générative du territoire dans l’action	178

2.4. La théorie des réseaux : entre évitement des écueils et controverses en entrepreneuriat	179
Conclusion : un cadre théorique adéquat à la compréhension d'un phénomène en pleine expansion	180
CONCLUSION DU CHAPITRE 4	181
CHAPITRE 5 – MÉTHODOLOGIE : RECUEIL DE DONNÉES ET ANALYSE DU CORPUS	182
<i>Section 1 – De la phase exploratoire et à la détermination du périmètre du terrain</i>	<i>183</i>
1. La méthodologie qualitative : un accès au terrain qui requiert de suivre un chemin balisé	183
1.1. En préambule : fiabilité de la recherche par la multiplication des sources	183
1.2. La phase exploratoire : une étape de découverte animée par la déconstruction des <i>apriori</i>	184
1.3. Le repérage de projets insérés dans un circuit économique territorialisés dans trois départements	186
1.4. Dix entretiens non-directifs : 4 individuels et 4 en binôme	188
2. Le territoire comme actant	189
2.1. Des territoires administratifs aux territoires culturels	190
2.2. Des territoires fondée sur les dynamiques économiques et sociales aux territoires de vie	193
2.3. Des territoires sans métropole	196
Conclusion : le terrain comme entité épistémique et spatio-temporelle	198
<i>Section 2 – Une approche qualitative : recueil des données, analyse thématique et linguistique</i>	<i>199</i>
1. De la phase exploratoire à la phase confirmatoire : affiner l'approche du terrain et la perception du phénomène	199
1.1. Les entretiens qualitatifs : de l'exploration à la construction d'une grille d'entretien	199
1.2. Elaboration de l'échantillon et choix des personnes interviewées	201
1.3. Trente-quatre entretiens, cinquante démarches entrepreneuriales et une focale sur soixante-dix-sept initiatives	202
1.4. L'observation et les sources secondaires en complément	204
2. Analyse de contenu et analyse notionnelle	205
2.1. Analyse de contenu et usage des <i>verbatim</i>	206
2.2. Usage d'un logiciel d'analyse linguistique	208
Conclusion : une approche qualitative pour mieux cerner un phénomène complexe	209
CONCLUSION DU CHAPITRE 5	210
SYNTHÈSE DE LA PARTIE II	211
PARTIE III - DISCOURS ET EFFETS DES DÉMARCHES ENTREPRENEURIALES	
TERRITORIALISÉES SUR LES TERRITOIRES ET LA VALEUR	212
CHAPITRE 6 – DE LA DIMENSION FORMELLE A LA DIMENSION DISCURSIVE : UNE OU DES	
DÉMARCHES ENTREPRENEURIALES TERRITORIALISÉES ?	213
<i>Section 1 – Formes des organisations et écosystème de l'entrepreneuriat en lien avec les territoires ...</i>	<i>214</i>

1.	Dimension formelle des démarches entrepreneuriales territoriales	214
1.1.	Formalisation selon la nature individuelle ou collective de la démarche	214
1.2.	Formalisation selon la nature homogène ou hétérogène des acteurs qui participent à la démarche	216
1.2.1.	Acteurs homogènes défendant une pratique commune en termes de production ou de consommation	216
1.2.2.	Acteurs homogènes s'associant pour détenir un outil, virtuel ou matériel, commun.....	217
1.2.3.	Acteurs hétérogènes constituant une filière territoriale	218
1.2.4.	Acteurs hétérogènes associés autour d'un projet de territoire	219
1.3.	Formalisation selon le principe de développement exogène ou endogène de l'activité économique.....	220
1.3.1.	Modèles économiques tournés vers un développement exogène du territoire.....	221
1.3.2.	Modèles économiques tournés vers un développement exogène du territoire	222
2.	Ecosystème de l'entrepreneuriat territorial : les spécificités géographiques, culturelles et institutionnelles	223
2.1.	Spécificités géographiques, soutien et impulsion des démarches entrepreneuriales	224
2.2.	Encastrement de l'entrepreneuriat	227
2.3.	Nature de l'accompagnement : hors ou dans la démarche ?	230
	Conclusion : Statuts et fonctionnement des organisations	236
	<i>Section 2 - Un entrepreneuriat territorial, des motifs différents.....</i>	237
1.	Contexte d'émergence et type d'entrepreneuriat	237
1.1.	Le contexte d'émergence des démarches entrepreneuriales territorialisées	237
1.2.	Deux types d'entrepreneuriat : entre opportunités d'affaire et mouvements socio-économiques	240
2.	L'importance du discours des acteurs dans les affiliations	245
2.1.	Le projet sociétal vs le discours entrepreneurial	245
2.2.	De l'entrepreneur solo	248
2.3.	...à l'entreprise collective dans les projets à dimension territoriale.....	252
	Conclusion : Des discours au fonctionnement effectif des projets.....	258
	<i>Section 3 – Démarches entrepreneuriales, territoires et valeurs.....</i>	259
1.	Formes des réseaux et rapport au territoire.....	259
1.1.	Réseaux horizontaux, réseaux verticaux et réseaux sociaux	259
1.2.	La mobilisation du territoire comme image : entre tradition et technologie avancée.....	264
2.	Circulation des biens sur le territoire et rapport à la valeur	269
2.1.	Des ressources aux débouchés.....	269
2.2.	La question de la ressource et de sa préservation dans les projets : de la valeur économique aux dimensions sociales et environnementales.....	272
2.3.	Des démarches en apparence proches dans leurs discours et leur fonctionnement et qui se distinguent quant à la destination de la valeur.....	274
	Conclusion : Le projet, l'entreprise et le territoire	277
	CONCLUSION : LA CAPACITÉ GÉNÉRATIVE DU TERRITOIRE DANS L'ACTION	278

CHAPITRE 7 – RÉSULTATS PRATIQUES : REPÉRER LES INITIATIVES ET MESURER LES RETOMBÉES	
POUR LE TERRITOIRE	279
<i>Section 1 - Entrée par les actants humains : statut, fonction de l'initiateur et mode de gouvernance</i>	<i>280</i>
1. Qualification du circuit économique à partir des acteurs qui le composent	280
2. Qualification du circuit économique à partir des modes de gouvernance qui le régissent	283
Conclusion : Synthèse de l'entrée par les actants humains	286
<i>Section 2 - L'entrée par les actants non-humains : ressources, valeurs et territoires</i>	<i>287</i>
1. Origine, nature et localisation des ressources	287
2. Circulation spatiale et fonctionnelle des ressources sur les territoires	290
3. La nature et la destination de la valeur monétaire et non monétaire	292
Conclusion : L'entrée par les actants non-humains : synthèse	293
<i>Section 3 - Synthèse et typologie des initiatives à la croisée des trois dimensions : acteurs, ressources</i> <i>et territoire</i>	<i>295</i>
1. Synthèse des résultats : acteurs, ressources, valeurs et territoires	295
2. Les quatre structures principales des démarches entrepreneuriales territorialisées	298
3. Des schémas aux triades	302
Conclusion : territoires, acteurs et projets	304
SYNTHÈSE DE LA PARTIE III :	306
CONCLUSION GÉNÉRALE	307
Conditions d'émergence de nouveaux référentiels économiques dans l'entrepreneuriat	307
Des démarches multi-acteurs, des réseaux multi-actants	309
Singularité des territoires, singularité des projets	310
Circulation des biens, modes de gouvernance et rapport à la valeur	311
Préconisations	312
L'accompagnement : une grille de lecture simplifiée	313
Le financement : des propositions compensatrices	313
L'élargissement de la décision aux clients de la banque	313
BIBLIOGRAPHIE	315
TABLE DES FIGURES	344
TABLE DES ENCADRÉS	347
TABLE DES TABLEAUX	349
LISTES DES ANNEXES	350
TABLE DES MATIÈRES	351

Annexe 1: L'axiologie depuis la Grèce antique

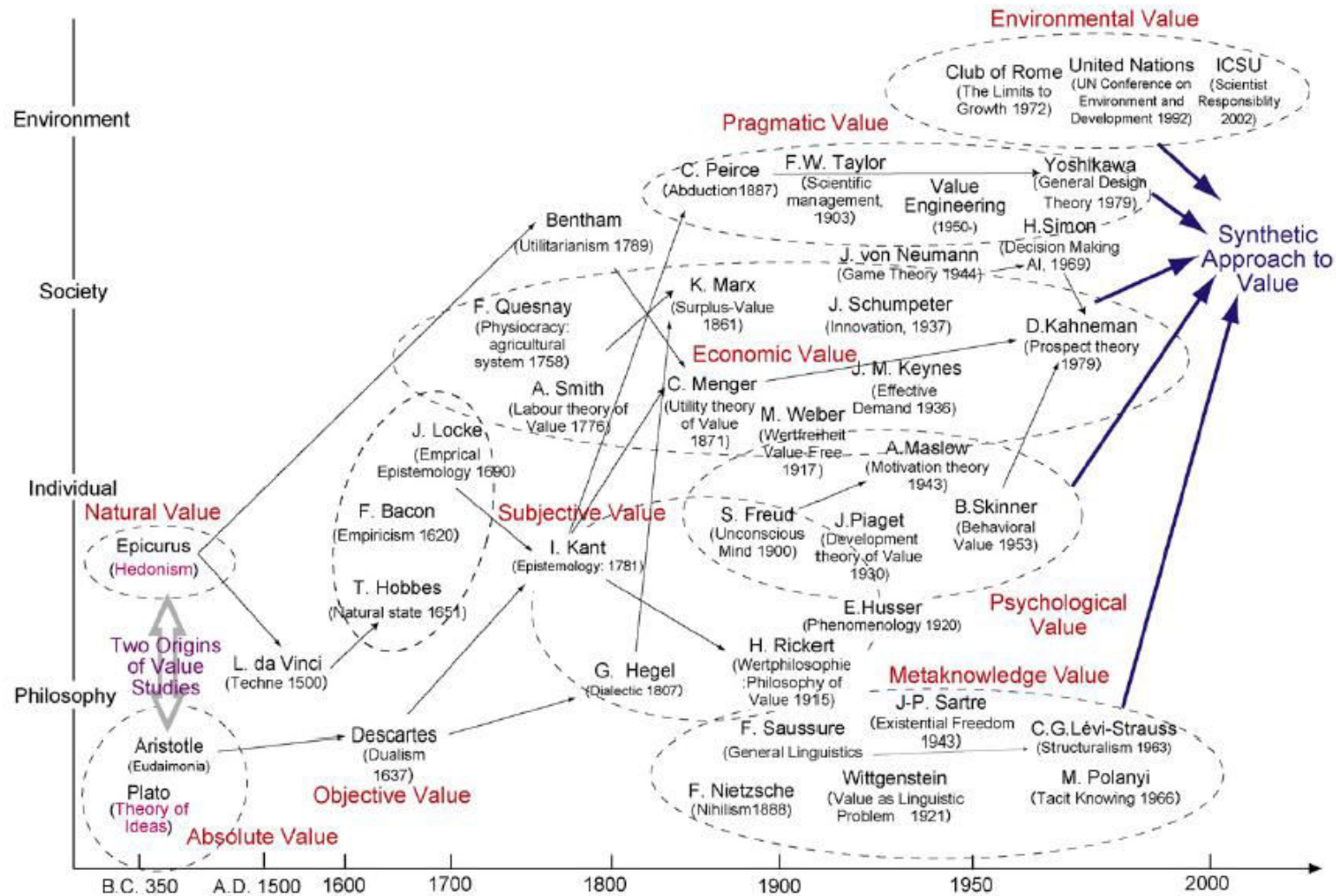


Fig. 2. Genealogy of axiology.

Annexe 2 : ETICoop et le développement durable du territoire

Intérêt du projet

La question du développement équilibré et durable du territoire est une question majeure aujourd'hui. Elle est, pour un ensemble de raisons, au centre des enjeux sociaux, économiques, écologiques et culturels d'aujourd'hui, même si bon nombre des acteurs importants n'en ont pas toujours encore une claire conscience.

D'abord parce que la mondialisation, les enjeux climatiques, les questions sociales, bref en un mot, la crise fondamentale dans laquelle le monde est plongé, font émerger la nécessité de mettre au cœur des préoccupations des hommes la question du sens de la vie et, liées à elle, les questions de mobilité, de soutenabilité, d'énergie, d'écologie, de coopération, d'économie au service de la société (et non l'inverse)... Tout ceci met de plus en plus en évidence la nécessité d'entrer dans ces questions par le territoire (même si celle-ci ne peut être exclusive).

Il est donc tout à fait légitime et tout à fait important que l'activité R+D d'ETICoop s'organise autour des questions du développement territorial. En particulier il est urgent de s'intéresser au développement du territoire sous l'angle de l'entrepreneuriat, sous l'angle de la prise en considération des différents acteurs (parties-prenantes) du territoire et du développement de valeurs communes orienté vers le développement solidaire, socialement innovant et soutenable. Par ailleurs, notre positionnement géographique et les réalités géopolitiques de notre région, nos réseaux et nos ambitions nous commandent de travailler ce projet de recherche sur une base transfrontalière, même si, pour des raisons d'opérationnalité, les territoires concrets qui serviront de base à tel ou tel aspect de nos travaux seront la plupart du temps plus restreints.

Pour les mêmes raisons, il serait présomptueux et peu efficace de prétendre couvrir, dans une telle recherche, la question du développement des territoires. Il n'en reste pas moins que, compte tenu du positionnement et des ambitions qui sont les nôtres, cette question doit à l'évidence constituer l'environnement contextuel de notre projet. Celui-ci se centrera donc sur un des aspects importants des évolutions en cours sur nos territoires, il s'agit des initiatives de développement rural, notamment toutes les initiatives qui se rapprochent de la question des circuits courts. Cette question est une question d'actualité brûlante, mais aussi une question complexe porteuse de beaucoup d'enjeux en termes de développement soutenable de nos territoires. Tant directement sur le volet rural que sur le lien entre la vie rurale et la vie urbaine et la recherche de nécessaires équilibres. Derrière ces expériences sont également en jeu, même si à l'évidence cela n'en est qu'une entrée très partielle, les questions de qualité des aliments et de l'alimentation et donc de santé publique, les questions de mobilité, les questions de transport et les questions de développement énergétique. Également en jeu avec ces initiatives, les questions de proximité, d'appartenance, de culture, d'identité et de lien social. En période de crise, de doute et d'incertitude, des enjeux très forts, donc !

Le type de projet que nous souhaitons mettre en avant s'inscrit bien dans la logique de la recherche développement. Il s'agit en effet de produire, à partir de la connaissance des

dynamiques en cours, des propositions s'adressant à divers types de parties prenantes, pour aller de l'avant de façon raisonnée dans le sens des principes autour desquels l'initiative ETICoop a été construite.

Notre conviction est que pour bien connaître l'existant, ses initiatives et ses dynamiques, il est indispensable de travailler avec ceux qui sont en train de le faire, c'est-à-dire les acteurs de terrain et d'autre part, pour construire des pistes de développement, et pour que celles-ci soient réalistes, innovantes et qu'elles soient appropriées pour être mises en œuvre, il est également indispensable de le faire avec ces mêmes acteurs du terrain. Ce faisant, on s'inscrit dans la modalité de la recherche-action, modalité orientée vers la construction de solutions et de pistes de développement, en respectant le principe fondamental édicté par Edgar Morin, celui de la transdisciplinarité.

Objectifs du projet

Le **premier objectif** du projet consistera à comprendre ce qui est en jeu, notamment en termes d'impact sur le développement territorial, avec le développement de ces initiatives liées au territoire rural de proximité, notamment celles orientées vers les circuits courts.

- Quelles initiatives recense-t-on, dans quelles zones, avec quels acteurs (ou parties prenantes), pour faire quoi, pour changer quoi... ?
- Mais aussi quelles difficultés, quelles limites, quelles questions ces initiatives rencontrent-elles ou soulèvent-elles ?
- Derrière cette appréhension, quels impacts l'ensemble de ces initiatives vont-elles avoir sur le développement du territoire, tant en termes d'impacts à court terme qu'en termes de projection par rapport à l'avenir (on s'intéressera aux dynamiques qu'elles impulsent, dans toutes leurs dimensions pertinentes au regard du développement durable du territoire) ?
- Comment toutes ces initiatives peuvent-elles construire de la cohérence et de la solidarité (ou au contraire de la balkanisation ou certaines forme d'égoïsme et d'individualisme), bien sûr chacune d'entre elles vis-à-vis d'elle-même, mais surtout dans ce premier point, en les considérant dans leur ensemble et en les envisageant dans leurs interrelations (c'est-à-dire dans les réseaux qu'elles forment, dans les systèmes qu'elle mettent en place), et donc, comment elles participent à la « production » d'un territoire durable, innovant et solidaire ?

Éléments de méthode : Cette partie de la recherche sera menée bien sûr, dans un premier temps, de façon descriptive (appréhension de l'existant) pour prendre la mesure à des initiatives en cours et des dynamiques dont elles sont porteuses. Cette première partie se fera de façon diverse, mais en associant les acteurs de terrain. Puis dans un second temps, fidèle au choix de la recherche-action qui fonde ce type de travail, elle s'appliquera à produire des propositions, en travaillant là aussi avec les acteurs de terrain qui le souhaitent, à développer la créativité et en s'appuyant sur elle (en utilisant les méthodes de créativité pour les questions sociétales et d'innovation sociale) dans la co-construction de pistes stratégiques de développement durable du territoire.

Un **second objectif** consistera à rentrer plus en détail dans le fonctionnement concret d'un certain nombre de ces initiatives (il s'agira d'en choisir un certain nombre, plus particulièrement importantes ou plus particulièrement symboliques ou emblématiques). On s'attachera dans cette action à travailler des problématiques du type suivant :

- Comprendre la genèse de ces initiatives, les innovateurs qui en sont à la base, leurs motivations, les questions auxquelles est sensée répondre leur initiative, leur *modus operandi*, les difficultés qui ont été et qui sont les leurs,
- Comment ces initiatives fonctionnent, quels sont les éléments qui les font vivre, quels sont les acteurs qui y sont impliqués, comment ils coopèrent entre eux, où sont les difficultés, où sont les points forts, les opportunités et les menaces ?
- Comment ces initiatives satisfont-elles les différentes parties prenantes concernées (différents types de "valeur") ? Notamment, comment Intègrent-elles les exigences en matière de solidarité, en matière d'écologie, en matière d'autonomie énergétique... ?
- Comment ces initiatives peuvent-elles se solidifier, se pérenniser, notamment sur les plans commercial et financier ? On sait que les entreprises coopératives sont en moyenne plus robustes plus pérennes et plus rentables que leurs homologues capitalistes. Qu'en est-il des expériences examinées et dans quelles conditions peut-il en être ainsi ? Par rapport à l'avenir, comment de telles initiatives peuvent-elles se développer et devenir « robustes »... ?
- En termes d'innovation (notamment de type organisationnel et social), comment ces initiatives peuvent-elles générer, à partir des structures existantes, des développements de type collaboratif (clusters, associations, démarches collectives...), qui prennent en compte les valeurs coopératives, le développement durable du territoire ?
- Toujours en termes d'innovation (de tout type), comment peuvent-elles générer des expériences entrepreneuriales à valeurs coopératives, expériences de création de nouvelles collaborations, de nouvelles initiatives, de nouvelles activités, de nouvelles entreprises...

Eléments de méthode : Pour aborder ce second objectif, on sera là aussi amené à travailler dans un premier temps sur une mise en perspective des initiatives existantes, en s'inspirant notamment de la cartographie réalisée par le premier champ de cette recherche. On travaillera beaucoup avec les acteurs de façon qualitative. Pour informer ce travail de recherche, on s'appuiera, dans le cadre d'une recherche essentiellement qualitative, sur les acteurs de terrain les plus intéressants : ceux qui sont à la base des initiatives les plus pertinentes par rapport à ce second objectif de recherche et ceux qui ont un niveau de réflexion et une vision intéressants par rapport aux questions qui sont posées ici. On essaiera également de comprendre quels sont les facteurs qui tiennent un certain nombre d'acteurs du territoire éloignés de ce type d'initiative. Au-delà de la description de l'existant on visera, ici aussi, à produire un certain nombre de propositions permettant d'avancer dans le sens du développement de ces initiatives et de leur foisonnement, prenant en compte le développement intégré du territoire, en mettant en avant les valeurs d'initiative, d'innovation, de solidarité et d'écologie.

Enfin, un **troisième objectif** consistera à s'intéresser aux aspects contextuels de ces initiatives, les aspects qui « font territoire », notamment l'aspect lié à l'accompagnement des porteurs d'initiatives (on s'intéressera bien sûr plus particulièrement à ETICoop), à l'aspect institutionnel et à l'aspect financier. Pour ces derniers aspects, on pense en particulier au rôle des collectivités locales (mais aussi des associations de soutien ou de défense de divers types), ainsi qu'au rôle des banques, tout spécialement des banques coopératives, pour ce qui concerne les aspects financiers de ces développements.

- Comment ces acteurs incontournables des problématiques de développement évoquées ci-dessus peuvent-ils s'y impliquer plus qu'ils ne le font aujourd'hui et d'une façon qualitativement plus décidée ?
- Comment peuvent-ils « s'y retrouver », c'est à dire, pour chacun d'entre eux, quel peut être le modèle économique associé à cette intervention ? Y a-t-il une façon, notamment pour les banques, d'aller au-delà d'une intervention de type "BA de *boy-scout*" (de type RSE « cosmétique ») pour une implication forte et à la hauteur des enjeux vers les initiatives de type social et solidaire porteuses du développement durable du territoire ?
- Concernant les collectivités locales, comment celles-ci peuvent-elles jouer un rôle concret et soutenu dans l'impulsion, l'accompagnement et la localisation des initiatives ?
- Peut-on imaginer un « territoire de demain » où chacun de ces acteurs (collectivités, banques...) jouerait un rôle positif et coordonné avec les autres pour « faire système » dans le développement autocentré du territoire ?
- La notion de « projet solidaire de développement » du territoire à-t-elle un sens, en général et pour les chacun des acteurs concernés ? Si oui lequel ?
- Les partenaires considérés peuvent-ils du coup faire de ces collaborations un des axes forts de leurs stratégies de développement ? Comment peuvent-ils s'organiser pour mettre en œuvre une telle perspective ? Chacun chez soi et au niveau collectif ?

Éléments de méthode : Là aussi, dans un premier temps, le travail démarrera de façon relativement descriptive (appréhension de l'existant) pour prendre la mesure des initiatives des acteurs et des dynamiques dont elles sont porteuses et des limites auxquelles elles heurtent. Dans un second temps cependant, elle consistera à travailler de façon étroite avec les acteurs pour approfondir les pistes de développement de ce type d'implication.

Acteurs

- Université de Bordeaux 4, Institut d'Études politiques de Bordeaux,
- UPPA-IAE-CREG,
- ESTIA-IKASI,
- MIK, Mondragon Unibertsitatea.

Jean-Michel Larrasquet.

Annexe 3 : Supports et activités réalisés dans le cadre de la thèse

Journée d'études et d'animation scientifique

Journée d'animation scientifique (en préparation) dédiée aux porteurs de projets en lien avec « la structuration de filières territorialisées » et aux structures qui les accompagnent, Lannemezan, 12 octobre 2016

Journée d'étude « Circuits de proximité : un levier pour le développement territorial ? Projets collectifs, démarches entrepreneuriales, initiatives multi-acteurs », Marciac, 2 juin 2015.

Livrable

Livrable 1 « Descriptif et typologie des structures d'accompagnement des démarches entrepreneuriales territoriales », Serres-Castets, 13 mars 2015

Formation interne et externe

Journée de formation auprès des administrateurs du Crédit Agricole Pyrénées Gascogne « Les circuits courts alimentaires : mythes et réalités / enjeux et perspectives », Madiran, 11 décembre 2015

Intervention « Circuits courts : modèles économiques d'acheminement des produits locaux de qualité », journée de formation organisée par l'Association des Producteurs Fermiers Pays Basque, Ostabat, 2 février 2015 à

Formation « Du commerce équitable Nord/Sud au commerce équitable Nord/Nord : continuités et changements », Journées d'information « Commerce équitable local, de quoi parle-t-on ? » organisée par l'Association pour un Commerce Equitable et Solidaire en Aquitaine, Maison de la Vie Citoyenne Centre Ville, Bayonne, 26 janvier 2015 et Bordeaux, 18 novembre 2014

Intervention : « Cartographie des circuits courts en Pays Basque », Journée d'information « Agriculture et initiatives en Iparralde » organisée par Eusko Ikus Kontsa, Barcus, 25 octobre 2014

Animation de l'atelier 3 « Du bio et du local en restauration collective : stop aux idées reçues ! », 2^{ème} forum « Manger bio&local, Labels et terroir », Conseil Général 64, Gotein-Libarrenx, 17 septembre 2014

Programme de recherches et séminaires

Séminaires de recherche PERFECTO, performances des circuits courts sur la région Aquitaine dans le cadre du programme PSDR, Aquitaine, 2015-2021

Séminaire « Création de valeur territoriale », ESTIA, Bidart, 2014-2016

Articles et communications en lien avec la thèse

Gomez A., Larrasquet J-M., Lizarralde I., Tyl B., 2016, « Valeur locale, ou valeur et territoire », Colloque Projectics, Bidart Estia, 7 juillet 2016

Gomez A., 2015, « En guise d'introduction : tour d'horizon des recherches sur les circuits courts alimentaires de proximité », Journée d'étude « Circuits de proximité : un levier pour le développement territorial – Projets collectifs, démarches entrepreneuriales, initiatives multi-acteurs », Marciac, 2 juin 2015

Itçaina X., Gomez A., 2015, « Territorial identity and grassroots economic activism: the politicization of farmers' mobilizations in the French Basque Country », *Partecipazione e conflitto*, Special issue, n°8, 2, p.478-503

Gomez A., 2014, « Les circuits courts sont-ils de *proximités* ? », Colloque « Territoire(s), Entrepreneuriat et Management » organisé par l'Association pour la Recherche Interdisciplinaire sur le Management des Entreprises, Université d'Avignon et des Pays du Vaucluse, Avignon, 28 novembre 2014

Errotabéhère M., Gomez A., 2014, « Comment une banque mutualiste, le Crédit Agricole, trouve-t-elle sa place à l'ère du digital et de la co-production de service? », Colloque « Gérer et innover pour et dans la complexité » organisé par Projectics, Centre de recherche Estia, Bidart, 9 et 10 octobre 2014

Gomez A., Itçaina X., 2014, « Utopiques alliances ? La construction de la cohérence discursive des mobilisations autour des circuits courts en Pays Basque », *Lien social et politiques*, n°72, p.93-108

Gomez A., 2014, « Le paysan : une cause mobilisatrice polymorphe dans les circuits courts au Pays Basque », Journées d'étude « L'économie sociale et solidaire à la frontière : le cas basque en perspective » organisé par le Centre Emile Durkheim-axe Identifications, Institut des Etudes Politiques de Bordeaux, Pessac, 3 juin 2014

Gomez A., 2014, « Développement Durable et économie circulaire : quelques pistes de réflexions sociologiques », Conférences du développement durable, organisées par l'IUT « écologie industrielle », Université de Pau et des Pays de l'Adour-facultés des sciences de Montaury, Anglet, 30 janvier 2014

Annexe 4 : Guide d'entretien

Annexe 4.2 : Guide d'entretien à destination des porteurs de projets

Questions préliminaires

→ Indicateurs sociologiques

Sexe, âge, niveau d'étude, situation familiale, parcours de vie

Question 1

→ Descriptif général du projet et modèle économique

- Présentation de l'activité Quelle est la nature de votre activité ?
- Origine du projet Vous, une autre personne, plusieurs personnes, y a-t-il eu quelqu'un de particulièrement moteur ?
Combien de personnes participent à ce projet ?
- Élément(s) déclencheur(s) Y a-t-il une lecture, une rencontre, un événement qui vous a particulièrement marqué(s) en amont de l'élaboration de votre projet ? Au moment de sa mise en œuvre ? Aujourd'hui ?
Point sur l'état d'avancement du projet.
- Soutien(s) du projet Disposez-vous d'un appui logistique (ou autre) pour la mise en place du projet ?

Comment pensez-vous rendre votre activité viable économiquement ? Ce modèle s'est-il construit au fur et à mesure de l'avancée du projet ?
- Modèle économique Quelles ont été les différentes étapes de sa réalisation ? Y avez-vous réfléchi avant de lancer l'activité ou celui-ci s'est-il défini au fil de la mise œuvre du projet ?

Question 2

→ Ressources matérielles et impacts sur le territoire

- Ressources matérielles Pourquoi mobiliser préférentiellement des ressources issues du territoire ? Quelle est la nature et la part, approximative, de ressources que vous devez importer pour votre activité ?
- Circuits d'approvisionnement / de distribution Quel type de circuit d'approvisionnement/de distribution utilisez-vous ? Connaissez-vous le nombre d'acteurs économiques qui interviennent dans ce circuit, entre le/les producteurs initiaux et le consommateur final ?

Selon vous, quels sont les impacts engendrés par votre projet sur le territoire ? De quelle manière ceux-ci ont-ils un effet bénéfique pour l'écosystème environnant ?
- Impact sur le territoire En quoi la dimension économique/sociale/écologique/culturelle est-elle prégnante dans votre projet ?

Question 2**→ Réseaux d'appartenance**

- Ressources institutionnelles

Quels ont été vos contacts, les organismes rencontrés ou les personnes ressources en amont du lancement de votre activité ? Actuellement ?

- Affiliation(s)

Faites-vous partie ou êtes-vous affiliés à des réseaux spécifiques, des fédérations régionales ou nationales ? Quels sont les engagements lorsqu'on adhère à ce réseau ? Impact de ce réseau sur votre projet ?

Question 3**→ Accompagnement financier et technique du projet**

- Ressources financières

Disposez-vous d'un apport financier pour lancer votre activité ? Vous appartient-il en propre ? Si non, comment l'avez-vous constitué : prêt bancaire, prêts de la famille, des amis, subventions publiques... ?

- Type et caractéristique de la structure d'accompagnement

Selon vous, quelles sont les potentialités offertes par les plateformes de financement participatif ?

Avez-vous eu recours à un organisme d'accompagnement [technique] pour votre projet ?

Si oui, de quel type de structures s'agit-il : publique ? Privée (associative) ?

- Nature de l'accompagnement

Avez-vous bénéficié d'un accompagnement individuel ? dans un groupe ?

Combien de temps l'accompagnement a-t-il duré ? A quelle fréquence ?

Quelle était la nature de cet accompagnement : généraliste ? spécifique à votre projet ?

Annexe 4.2 : Guide d'entretien à destination des personnes travaillant au sein de structure d'accompagnement et/ou de soutien aux démarches entrepreneuriales territorialisées

Questions préliminaires

→ **Indicateurs sociologiques**

Sexe, âge, niveau d'étude, situation familiale, parcours de vie

Question 1

→ **Dispositifs d'accompagnement**

- **Présentation de la structure**

Quel est brièvement l'histoire de votre structure ?
De quel type de structures s'agit-il : publique ? Privée (associative) ?
Par qui êtes-vous financé ?
Les circuits courts représentent-ils un thème parmi d'autres chez les porteurs que vous accompagnez ou sont-ils centraux ?
Proposez-vous des accompagnements individuels ? dans un groupe ?
- **Type d'accompagnement**

Quelle est la nature de cet accompagnement : généraliste ? spécifique à un projet ?
Combien de temps les accompagnements durent-ils ? A quelle fréquence ?

Question 2

→ **Réseaux d'appartenance et impacts sur le territoire**

- **Logique partenariale et de réseau**

Quels sont vos contacts, les organismes avec qui vous travaillez ou les personnes ressources pour la mise en œuvre de programme d'accompagnement ?
- **Affiliation(s)**

Faites-vous partie ou êtes-vous affiliés à des réseaux spécifiques, des fédérations régionales ou nationales ? Quels sont les engagements lorsqu'on adhère à ce réseau ? (exigence de qualité, accueil personnalisé, découverte passionnante,...) ? Impact de ce réseau sur l'accompagnement ?
Selon vous, quels sont les impacts engendrés par votre structure d'accompagnement sur le territoire ? De quelle manière ceux-ci impactent-ils positivement l'écosystème environnant ?
- **Impact sur le territoire**

En quoi la dimension économique/sociale/écologique/culturelle est-elle prégnante dans votre structure ?

Question 3**→ Liens avec les organismes de financement des projets**

- Liens avec structures d'accompagnement financier

Avez-vous des liens avec des structures de financement des projets ? Si oui, lesquelles ?

Concernant les banques, vous semble-t-il, par retour de vos porteurs de projets, que ces derniers rencontrent des difficultés lors de la demande d'octroi d'un prêt bancaire ? Si oui, les redirigez-vous vers d'autres types de financements ? Lesquels ?

Selon vous, quelles sont les potentialités offertes par les plateformes de financement participatif ? S'agit-il d'une alternative crédible face au crédit bancaire ?

Question 4**→ Evolutions, améliorations**

- Evolutions

Pensez-vous qu'il existe des marges d'amélioration :

-concernant la forme de votre accompagnement ?

-les réseaux à construire sur les territoires ?

-sur les impacts sur le territoire ?

-sur l'accompagnement financier ?

Annexe 5 : Tableau des entretiens

Annexe 5.1 : Tableau des entretiens exploratoires

Entretiens		Personnes interrogées			
Date et lieu	Durée	Nbre et Sexe	Fonction dans une ou des structures		Code

→ **10 entretiens exploratoires non directifs**

en 2013 (8 entretiens)

1.	08/02/2013 Bardos (64)	1h30	1	H	Fondateur et membre actif d'une association de petite production agricole, de trocs et d'échanges de biens	E1
2.	11/02/2013 Bayonne (64)	2h	3	F F H	Co-présidentes et secrétaire d'une association de distribution/approvisionnement en produits alimentaires locaux	E2
3.	13/02/2013 Anglet (64)	1h10	1	H	Cuisinier formateur dans un service de restauration scolaire, membre d'une démarche initiée par le Conseil Départemental	E3
4.	15/02/2013 Saint-Palais (64)	2h	2	HF	Coordinateurs d'une organisation de producteurs fermiers pour l'un, de producteurs en agriculture biologique pour l'autre, toutes deux adhérentes et utilisant les locaux d'une fédération pour un développement rural basé sur des formes d'agriculture non conventionnelles.	E4
5.	18/02/2013 Domezain (64)	2h30	1	H	Producteur fermier et président d'une organisation de producteurs	E5
6.	01/03/2013 Anglet (64)	1h	1	F	Président d'une association de consommateurs ayant pour objet les savoir-faire gastronomiques et la valorisation des semences ou races « typiques » ou « traditionnelles »	E6
7.	06/03/2013 Mouguerre (64)	1h30	2	FF	Créatrices d'une épicerie de commerce équitable Nord/Nord et Nord/Sud, membres actives d'une association de promotion du commerce équitable et d'un marché hebdomadaire dans un quartier	E7
8.	23/03/2013 Bayonne (64)	1h30	1	H	Membre fondateur d'un groupement d'achat de particuliers	E8

en 2014 (2 entretiens)

9.	08/07/2014 Socoa (64)	2h	1	H	Gérant d'une entreprise vinicole : réintroduction de vignes (non autochtones) sur le littoral et vinification sous la mer	E9
10.	22/10/2014 Tarbes (65)	0h45	2	HH	Directeur et chargé de développement d'un centre de gestion	E10

Annexe 5.2 : Tableau des entretiens confirmatoires

Entretiens		Personnes interrogées			
Date et lieu	Durée	Nbre et Sexe	Fonction dans une ou des structures		Code

→ **34 entretiens semi-directifs**

en 2014 (1 entretien)

1.	17/12/2014 Bayonne (64)	1h20	1	H	Chargé de mission pour la formation dans une structure parapublique (association interinstitutionnelle) de développement territorial sur la zone de montagne	C1
----	----------------------------	------	---	---	--	----

en 2015 (22 entretiens)

2.	13/01/2015 Auch (32)	1h	1	F	Animatrice d'une organisation de producteurs en agriculture biologique	C2
3.	13/01/2015 Auch (32)	1h	2	F H	Directeur de pôle et chargée de mission dans un service dédié aux circuits courts d'une chambre consulaire	C3
4.	14/01/2015 Auch (32)	1h15	2	H H	Responsable de service d'un comité départemental de tourisme	C4

5.	14/01/2015 Auch (32)	1h15	1	F	Chargée de mission d'une chambre consulaire	C5
6.	22/01/2015 Pau (64)	1h	1	H	Directeur/ fondateur d'une entreprise de récupération, réparation d'appareils ménagers	C6
7.	27/01/2015 Anglet (64)	1h	1	H	Directeur de pôle dans un service dédié aux circuits courts dans une chambre consulaire	C7
8.	02/02/2015 Ostabat (64)	1h15	2	F F	Animatrices d'une fédération d'organisations pour un développement rural basé sur des formes d'agriculture non conventionnelles.	C8
9.	09/02/2015 Lasseran (32)	0h45	1	H	Producteur en agriculture biologique, président d'une organisation de producteurs en agriculture biologique, membre fondateur d'une association de mise en lien producteurs/consommateurs	C9
10.	18/02/2015 Auch (32)	1h	1	H	Chargé de mission dans une structure parapublique (association liée au Conseil Départemental) d'accompagnement des entreprises	C10
11.	18/02/2015 Auch (32)	1h	1	F	Animatrice d'une organisation de producteurs en agriculture paysanne	C11
12.	23/02/2015 Tarbes (65)	1h	1	F	Chargée de mission dans l'accompagnement des projets en circuits courts d'une chambre consulaire	C12
13.	26/02/2015 Toulouse (31)	1h30	1	H	Chargé de mission dans une structure parapublique (syndicat mixte) d'accompagnement et de mise en œuvre de projets dans le développement territorial	C13
14.	27/02/2015 Tarbes (65)	30 min	1	H	Directeur d'une structure parapublique (association liée au Conseil Départemental) d'accompagnement des entreprises	C14
15.	02/03/2015 Bayonne (64)	1h30	2	H H	Chargés de mission du développement de projets au sein du pôle d'économie sociale et solidaire d'une Région	C15
16.	03/03/2015 Bordeaux (33)	45 min	2	F F	Responsable de service et chargée de mission au sein d'un service de financement des projets territoriaux en lien avec l'alimentation	C16
17.	06/03/2015 Toulouse (31)	1h40	1	F	Chargée de mission pour la formation dans une structure parapublique (association interinstitutionnelle) de développement territorial sur la zone de montagne	C17

18.	07/03/2015 Tarbes (65)	30 min	1	H	Producteur et président d'une chambre consulaire, régionale et départementale	C18
19.	26/06/2015 Auch (32)	2h30	2	F F	Membres actives d'une association de mise en lien producteurs / consommateurs avec projet d'épicerie	C19
20.	18/11/2015 Bayonne (64)	1h15	2	H F	Chargés de mission dans le pôle agriculture d'un Conseil Départemental	C20
21.	19/11/2015 Bayonne (64)	1h30	1	F	Présidente d'une association d'un café/ restaurant participatif dans un quartier « prioritaire »	C21
22.	27/11/2015 Ainhice-Mongelos (64)	1h30	1	F	Animatrice, chargée de l'accompagnement de projets collectifs dans une organisation de producteurs en agriculture paysanne	C22
23.	14/12/2015 Larressore (64)	2h15	1	H	Président d'une organisation de producteurs en agriculture paysanne	C23

en 2016 (11 entretiens)

24.	10/02/2016 Auch (32)	1h45	1	H	Porteur d'un projet, avec deux autres femmes, autour de la récupération de « déchets alimentaires » en vue de leur redistribution auprès de structures d'aide alimentaires.	C24
25.	11/02/2016 Lahitte (32)	1h	1	H	Porteur d'un projet d'un groupement d'achat de particuliers en produits bio et locaux	C25
26.	25/02/2016 Auch (32)	1h	1	H	Porteur d'un projet de fabrication de pain à base de produits locaux et selon des méthodes traditionnelles	C26
27.	05/04/2016 Toulouse (31)	1h	1	H	Salarié, porteur de projet d'une entreprise collective de production d'énergie renouvelable à base territoriale et à dimension régionale	C27
28.	07/04/2016 Fréchendets (65)	2h30	1	H	Président d'une association de soutien à des agriculteurs situés sur un micro-territoire par la valorisation et de la commercialisation des produits agricoles et la réutilisation des déchets à des fins de production d'énergie	C28

29.	07/04/2016 Monléon Magnoac (65)	1h30	2	H F	Animatrice d'une structure d'accompagnement de projets collectifs en lien avec le développement de l'agriculture biologique	C29
30.	08/04/2016 Maubourguet (65)	40 min	2	H F	Gérant, actionnaire majoritaire d'entreprises de transformation et de distribution de produits issus du territoire et salariée ingénieure, actionnaire minoritaire, d'une entreprise de transformation à partir de productions locales	C30
31.	22/04/2016 Marciac (32)	1h	1	H	Producteur, porteur d'un projet de livraison sur points relais de paniers de produits issus de la ferme	C31
32.	25/04/2016 Saint Laurent de Neste (65)	1h25	1	F	Productrice et présidente d'une association d'agriculteurs, d'élus et de consommateurs pour la mise en œuvre de circuit économique territorialisé par la valorisation de la consommation locale et la préparation de buffets	C32
33.	27/05/2016 Lannemezan (65)	37 min	1	H	Directeur de service d'un syndicat mixte en charge du développement de la production d'énergies renouvelables sur son territoire d'intervention	C33
34.	07/06/2016 Pellefigue (32)	45 min	1	H	Producteur participant à un projet de valorisation de ses déchets autour de la mise en fonctionnement d'un méthaniseur sur son territoire	C34

Annexe 5.3 : Récapitulatif des entretiens et des projets selon le statut et le territoire

TERRITOIRES : 3 DEPARTEMENTS, 4 TERRITOIRES

ACTEURS TERRITORIAUX SELON STATUTS		Pays basque - Pyrénées Atlantiques – Béarn		Hautes-Pyrénées		Gers		
Entreprises	Entreprises individuelles	SARL Egategia GAEC Biok		{VillaCampa & PandiBike}		EARL Ferme du Lorient EARL du Cassou		5
	Entreprises sociétaires collective (SCIC, SAS)	[SARL Han eta Hemen]	ENVIE	SAS Carré Fermier SAS Inoval SCIC Odyssee d'Engrain Méthaniseur 65		SAS Méthangri 32		8
Institutions publiques	Collectivités territoriales et services déconcentrés de l'Etat	Conseil Général 64 DRAAF				Pays d'Auch		2
	Chambres Consulaires	Chambre d'Agriculture 64		Chambre d'Agriculture		Chambre d'Agriculture 32 CCI 32		5
	Association loi 1901, syndicats mixtes émanant de collectivités territoriales (ou de l'Etat)			MAAP de la CACG CDDE 65		CDT 32 Gers Développement		6
Associations	Association loi 1901 émanant de consommateurs ou d'usagers	ADEPFO Troc au cœur Otsokop InterAMAP Bizi Ona Groupement d'achat MEB Artotékafé		ADEFPAT		Association Le Cabas Association Terra Alter Association Démarche Bio {Fournil associatif}		11
	Association loi 1901 émanant de producteurs	BLE AFPFPB Fédération Arrapitz EHLG		Producteurs des Baronies Baronnies Energie renouvelable Croquez local		GABB32 ADEAR32		8
	(1) Structures locales et départementales	13	1	9		14		
(2) Structures régionales	5		3					
(3) Structures transrégionales			1					

Légende : { } projet non créé [] projet ayant périclité

Annexe 6 : Liste et descriptif des démarches entrepreneuriales territorialisées
Annexe 6.1 : Liste des démarches entrepreneuriales territorialisées associées aux entretiens

NOM, STATUT & OBJET SOCIAL	STADE	CODE
Troc au cœur Association de consommateurs Espace de troc d'objets (vêtements, jouets, etc.) échangeable à partir d'une monnaie virtuelle En fonctionnement depuis 6 mois Réflexion pour le développement de nouveaux axes : jardins partagés et thérapeutiques	Idée	DET1
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
InterAMAP Fédération d'association de consommateurs elle-même regroupée au sein d'une fédération régionale et nationale Lieux de distribution hebdomadaire en présence des consommateurs et des agriculteurs Création de 3 nouvelles AMAP sur ce territoire « culturel » dans la période où l'entretien a été réalisé	Idée	DET2
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Démarche « Manger bio & local, produits du terroir » Collectivité territoriale Action développée dans le cadre de l'Agenda 21 en lien avec l'article 48-e du Grenelle de l'environnement relative à l'introduction de 20% de produits sous signes de qualité dans la restauration collective publique Déjà à l'épreuve dans 17 collèges pilotes, passage à 47 collèges au moment des entretiens	Idée	DET3
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Bioazkaria Association, groupements de 8 éleveurs Commercialisation de viande de bœuf bio Créée en 2011, soit 2 ans avant l'entretien, elle est encore en phase de structuration avec l'arrivée de nouveaux éleveurs et la recherche de nouveaux marchés	Idée	DET4
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Les Fermiers Basques, Kaiku Borda, Gure Saltegia, Ferme Gohetxea soutenu par l'Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque GIE de produits issus de la production fermière Magasins de producteurs fermiers Comparaison de plusieurs magasins de producteurs à plusieurs stades de leur développement (de la création très récente au fonctionnement depuis 2 ans)	Idée	DET5
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	

<p>Marché Equitable de Bayonne Association de petites entreprises et associations du commerce équitable Promotion des produits issus du commerce équitable Nord/Sud et Nord/Nord lors de marchés biannuels L'intérêt du projet réside dans le fait de faire participer chaque année de nouvelles initiatives caractérisées par un fort ancrage territorial associé à des exigences environnementales et sociales des conditions de production</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 226 1289 293">Idée</td><td data-bbox="1289 226 1422 562" rowspan="5">DET6</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 293 1289 360">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 360 1289 427">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 427 1289 495">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 495 1289 562">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET6	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET6						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Han eta Hemen SARL Boutique de produits issus du commerce équitable Nord/Sud et Nord/Nord Le projet a été suivi sur une période longue. Les protagonistes ont été rencontrés lorsque l'épicerie fonctionnait. Au moment du passage des entretiens, l'activité vient de s'arrêter.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 589 1289 656">Idée</td><td data-bbox="1289 589 1422 853" rowspan="5">DET5</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 656 1289 723">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 723 1289 790">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 790 1289 853">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 853 1289 853">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET5	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET5						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Pas de nom /Groupement d'achat de consommateurs Association informelle (sans entité juridique) Distribution ponctuelle de produits commandés collectivement Démarrage de l'activité depuis 4 mois</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 887 1289 920">Idée</td><td data-bbox="1289 887 1422 1055" rowspan="5">DET6</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 920 1289 954">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 954 1289 987">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 987 1289 1021">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1021 1289 1055">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET6	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET6						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Egiategia Entreprise viticole Réintroduction de vignes sur le littoral et technique innovante de vinification L'entreprise est en activité depuis 10 ans mais les vignes n'ont été plantées que fin 2009. L'entreprise est dans sa phase de commercialisation.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 1093 1289 1149">Idée</td><td data-bbox="1289 1093 1422 1350" rowspan="5">DET7</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1149 1289 1205">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1205 1289 1261">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1261 1289 1317">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1317 1289 1350">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET7	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET7						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Sugarai Société Coopérative d'Intérêt Collectif Exploitation et commercialisation locale du bois dans la vallée d'Hergaray en vue de produire du bois de chauffage et à destination de la fabrication. Si l'idée émerge en 2008, la SCIC est officiellement déclarée en 2015. Au moment de l'entretien, la structure juridique n'existe pas encore.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 1391 1289 1447">Idée</td><td data-bbox="1289 1391 1422 1686" rowspan="5">DET8</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1447 1289 1503">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1503 1289 1559">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1559 1289 1615">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1615 1289 1686">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET8	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET8						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Pas de nom / Floconneuse d'avoine Pas de structure juridique Achat d'une floconneuse d'avoine, outil collectif à disposition de plusieurs producteurs d'avoine bio et interrogation sur le format de la commercialisation du produit transformés. Les producteurs se sont réunis plusieurs fois pour discuter des perspectives, contraintes et intérêt de cet outil sans que la décision de la création effective d'une structure n'ait été prise.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 1720 1289 1776">Idée</td><td data-bbox="1289 1720 1422 2018" rowspan="5">DET9</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1776 1289 1832">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1832 1289 1888">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1888 1289 1944">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1944 1289 2018">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET9	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET9						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							

<p>Association des producteurs de Bigorre Association loi 1901 Association de producteurs pour l'approvisionnement local, celui notamment des cantines scolaire, créée en 2012 L'objectif de l'association, l'approvisionnement en produits locaux, se réalisent par à coup. Après que se soient mis en place des marchés de gré à gré grâce à la mise à disposition d'un atelier de transformation des produits bruts, la convention arrive à son terme au moment des entretiens.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 217 1289 293">Idée</td><td data-bbox="1289 217 1412 555" rowspan="5">DET10</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 293 1289 369">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 369 1289 445">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 445 1289 521">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 521 1289 555">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET10	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET10						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>La ferme en direct SAS Magasin de producteurs soutenu techniquement et financièrement par une chambre consulaire Le magasin a 7 mois d'existence au moment de l'entretien (02/2015). Malgré la fragilité de la structure, celle-ci connaît un succès croissant.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 589 1289 665">Idée</td><td data-bbox="1289 589 1412 853" rowspan="5">DET11</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 665 1289 741">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 741 1289 817">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 817 1289 893">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 893 1289 853">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET11	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET11						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Drive fermier bio 65 Pas de structure juridique Plateforme de distribution de produits issus de l'agriculture biologique à destination des particuliers. Démarré depuis moins de 6 mois, le projet avance de manière très rapide grâce notamment à la mise à disposition de référents techniques et d'aides financières par la Chambre consulaire.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 887 1289 963">Idée</td><td data-bbox="1289 887 1412 1151" rowspan="5">DET12</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 963 1289 1039">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1039 1289 1115">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1115 1289 1191">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1191 1289 1151">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET12	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET12						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Terra Gers Association loi 1901 Création d'une marque collective pour marquer la qualité durable d'infrastructures touristiques (éco-tourisme et éco-responsabilité). Regroupement de multiples initiatives pour l'attractivité du territoire. La marque a été déposée mais des réunions sont encore en cours. L'activité de communication commence fin 2015.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 1184 1289 1261">Idée</td><td data-bbox="1289 1184 1412 1449" rowspan="5">DET13</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1261 1289 1337">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1337 1289 1413">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1413 1289 1489">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1489 1289 1449">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET13	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET13						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Table du Gers Association loi 1901 Création d'une marque collective dans la restauration privée pour favoriser l'approvisionnement local de produits alimentaires et particulièrement de spécialités locales La marque a été déposée mais les réunions se poursuivent tandis que plusieurs événements sont organisés auprès des professionnels pour préparer la présentation publique</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 1482 1289 1559">Idée</td><td data-bbox="1289 1482 1412 1778" rowspan="5">DET14</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1559 1289 1635">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1635 1289 1711">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1711 1289 1787">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1787 1289 1778">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET14	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET14						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							

<p>ENVIE Entreprise d'Insertion Création d'une activité de réparation dans l'économie circulaire L'activité commence en 2011. L'entreprise, qui a 4 ans d'existence au moment de l'entretien, doit se réadapter du fait de l'intérêt soudain des firmes pour leurs déchets : les politiques publiques permettent en effet de valoriser la matière via le marché des matières recyclées.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 235 1289 302">Idée</td><td data-bbox="1289 235 1412 539" rowspan="5">DET15</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 302 1289 369">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 369 1289 436">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 436 1289 504">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 504 1289 539">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET15	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET15						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Resto bio Société Coopérative d'Intérêt Collectif Regroupement de producteurs de l'agriculture biologique pour approvisionner les cantines scolaires L'entreprise a vu le jour en 2005. L'intérêt de ce projet réside dans les restructurations successives qu'elle a dû opérer pour faire face aux aléas tant internes qu'aux tentatives de déstabilisation externe au tournant des années 2000</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 573 1289 640">Idée</td><td data-bbox="1289 573 1412 878" rowspan="5">DET16</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 640 1289 707">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 707 1289 775">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 775 1289 842">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 842 1289 878">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET16	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET16						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Croc Paniers SARL Entreprise collective de producteurs de l'agriculture biologique pour la vente de paniers auprès des particuliers Au moment de l'entretien, l'entreprise n'existe plus.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 911 1289 978">Idée</td><td data-bbox="1289 911 1412 1104" rowspan="5">DET17</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 978 1289 1046">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1046 1289 1113">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1113 1289 1180">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1180 1289 1104">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET17	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET17						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Les fées du Potagers Association loi 1901 Création d'une conserverie pour la transformation de légumes de l'agriculture biologique, outil collectif à disposition de 8 femmes maraichères Le projet de conserverie accompagné par deux associations de producteurs. L'association existe depuis 2014 et permet de commercialiser des légumes transformés dans un atelier mis ponctuellement à disposition. Toutefois, à ce jour, l'outil collectif de conserverie végétale n'existe pas à ce jour.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 1137 1289 1205">Idée</td><td data-bbox="1289 1137 1412 1509" rowspan="5">DET18</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1205 1289 1272">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1272 1289 1339">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1339 1289 1406">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1406 1289 1509">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET18	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET18						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Appr'Auch Association loi 1901 créée en 2013 Association de producteurs pour l'approvisionnement des cantines du Pays d'Auch soutenue par un Pays en partenariat avec des organisations de producteurs. Proposer des produits locaux et de terroir en restauration collective permettant de privilégier une alimentation saine tout en soutenant les producteurs locaux qui s'engagent dans une production de qualité et respectueuse de l'environnement.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1082 1543 1289 1610">Idée</td><td data-bbox="1289 1543 1412 1874" rowspan="5">DET19</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1610 1289 1677">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1677 1289 1744">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1744 1289 1812">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1082 1812 1289 1874">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET19	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET19						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							

Filière Porc Gascons
 Association de producteurs
 Elle a vocation à rassembler ceux qui voudraient trouver une place dans la filière (production, transformation ou distribution), à valoriser et à aider à la recherche de nouveaux marchés dits de niche
 Systèmes de Production Localisés typiques, la filière porcs gascons s'est structurée à partir des années 1980. Le processus d'introduction de nouveaux producteurs se poursuit encore aujourd'hui. L'intérêt de ce projet réside dans la manière dont, il y a trente ans, il a été accompagné.

Idée	DET20
Emergence	
Déploiement	
Réorganisation	
Arrêt	

Le Cabas
 Association de consommateurs
 Mise en œuvre d'un projet de plateforme virtuelle de distribution de produits locaux, en vue de la création d'une épicerie et /ou de la confection de paniers accessibles aux ménages les plus modestes
 Trois rencontres à un an d'intervalle ont permis de suivre l'évolution d'un projet de l'idée au démarrage effectif de l'activité.

Idée	DET21
Emergence	
Déploiement	
Réorganisation	
Arrêt	

Artotékafé
 Association de consommateurs
 création d'un café/restaurant participatif (avec les habitants du quartier). Mise en place d'ateliers de récupération et approvisionnement en denrées locales.

Idée	DET22
Emergence	
Déploiement	
Réorganisation	
Arrêt	

Herriko ogia et Herriko harragia
 Associations de producteurs et d'organes de transformation et de distribution
 Mise en place de circuit de proximité autour de la viande et de biens transformés à partir du blé après le constat d'une disjonction entre les zones de production et celles de consommation : exportation de la production locale et importation de ces mêmes produits depuis l'extérieur.
 Ce projet se donne pour objectif à long terme de relocaliser la production et la consommation pour ces deux produits

Idée	DET23
Emergence	
Déploiement	
Réorganisation	
Arrêt	

La Manufacture à Félix
 Relance d'une manufacture de skis en bois dans une vallée.
 Confection des équipements de Loisirs en Bois & Végétal. Outre son volet artisanal et semi-industriel « made in France », il s'agira d'utiliser durablement la richesse du territoire, créer de la valeur, partager le travail et redistribuer sur le territoire pour le territoire.
 La manufacture développe deux stratégies de marques en proposant deux gammes de produits : l'une à la location, l'autre à la vente

Idée	DET24
Emergence	
Déploiement	
Réorganisation	
Arrêt	

<p>Terra Alter Association loi 1901 Création d'une légumerie-conserverie pour la valorisation d'inventus alimentaires légumerie proposant à la restauration collective et aux restaurateurs des fruits et légumes biologiques et locaux sous toutes leurs formes : bruts mais aussi prêts à l'emploi (lavés, épluchés, découpés, mis sous vide comme la carotte râpée ou la frite prête à frire) et à partir de 2019, en conserves. Pour ce faire, un groupe de 16 producteurs locaux a signé des contrats d'approvisionnement afin de garantir les volumes suffisants tout au long de l'année.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET25</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET25	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET25						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Démarche Bio Association loi1901 Groupement d'achat de particuliers de produits bio et locaux dans le Gers créé en 2006. L'association regroupe 60 familles qui chaque semaine viennent chercher un panier pré-commandé. En 2016, au moment de l'entretien, les bénévoles piliers de l'association compte arrêter l'activité d'ici la fin de l'année. La question se pose donc de la poursuite de l'activité et sous quelle forme</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET26</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET26	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET26						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Fournil associatif Non créé Fabrication de pain à base de blé local. Fournil collaboratif pour un retour à des pratiques artisanales de boulangerie. Le projet s'inscrit dans un réseau plus large de production, de meunerie et de transformation en pain.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET27</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET27	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET27						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Enercoop Société Coopérative d'Intérêt Collectif Enercoop se démarque des autres fournisseurs par sa forme coopérative et son offre 100 % renouvelable. C'est le seul fournisseur français à passer exclusivement par des accords avec des petits producteurs français d'énergie renouvelable. La forme coopérative d'Enercoop permet de regrouper producteurs et consommateurs afin de garantir une traçabilité commerciale de l'électricité.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET28</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET28	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET28						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							

<p>Producteurs des Baronnies Association de producteurs Regroupement de producteurs, distributeurs et consommateurs autour de la valorisation et de la commercialisation des productions agricoles Proposer, à la vente, tous les produits issus du terroir des Baronnies, afin d'encourager et de soutenir l'agriculture paysanne des Baronnies respectant une charte qui privilégie les races et espèces locales en provenance de domaines traditionnels, garant d'une qualité.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET29</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET29	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET29						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Baronnies Energies renouvelables Association de producteurs Production d'énergie renouvelable pour les exploitations à partir de leurs déchets. Réduire la dépendance énergétique du territoire des baronnies par une valorisation locale de toutes les énergies renouvelables.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET30</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET30	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET30						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Odysée d'Engrain La Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) L'Odysée d'Engrain a été constituée mi-2013 pour créer un atelier de transformation de céréales à destination de l'alimentation humaine. De cette société est née un atelier de transformation collectif qui a vu le jour début 2014 à Lannemezan (65) avec pour première production des pâtes alimentaires fabriquées à base de blé poulard, variété ancienne de blé, et de petit épeautre, cultivés en agriculture biologique dans les fermes des producteurs du piémont pyrénéen.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET31</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET31	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET31						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Carré Fermier Société par Actions Simplifiées Magasins en circuits courts de produits issus de l'agriculture paysanne. Il ne s'agit pas d'un magasin de producteurs car la SAS Inovunion est détenue majoritairement par son fondateur. Les producteurs qui mettent en vente leur production sont associés à la démarche en qualité d'actionnaires minoritaires.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET32</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET32	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET32						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Chips d'Adourée Société par Actions Simplifiées Fabrication de chips à base de pommes de terre et tournesol produits dans les Hautes-Pyrénées. Avec deux producteurs qui participent au Carré Fermier (voir ci-dessus), le fondateur engage une ingénieure pour faire des essais de transformation de certaines variétés de pommes de terre en chips. En 2015, ils créent la SAS Innoval pour démarrer la production et la commercialisation.</p>	<table border="1"> <tr><td>Idée</td><td rowspan="5">DET33</td></tr> <tr><td>Emergence</td></tr> <tr><td>Déploiement</td></tr> <tr><td>Réorganisation</td></tr> <tr><td>Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET33	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET33						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							

Drive Fermier 32 (non créé) Pas de structure Livraison sur points relais de paniers de produits issus de la ferme. Un producteur, porteur du projet, a rencontré la Chambre d'agriculture pour que celle-ci soutienne la démarche. Après une étude de faisabilité, le projet a finalement été abandonné.	Idée	DET34
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Croquez local Association loi 1901 Valorisation de la consommation en circuits courts, préparation de buffets par les producteurs. Ce projet est soutenu par des consommateurs actifs et des collectivités territoriales. La structure reste néanmoins fragile.	Idée	DET35
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Energie Service Lannemezan Société d'économie mixte Cette société d'économie mixte a en charge depuis plusieurs années s'occupe de produire et distribuer de l'énergie à un territoire restreint. Inscrit comme Pôle d'excellence environnemental, l'objectif des projets portés par l'ESL est de produire une énergie en boucle courte, du producteur au consommateur, et de la manière la plus propre possible.	Idée	DET36
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Méthagri 32 Unité de production d'énergie électrique et thermique (utilisée pour séchage semences et maïs) à partir du méthane obtenu par traitement de déchets végétaux collectés auprès d'exploitation agricoles locales. Méthanagri 32 sera mis en service fin 2017.	Idée	DET37
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	

Annexe 6.2 : Liste des démarches entrepreneuriales territorialisées avec recueil d'informations par entretiens informels et observation

EkoEthic Société Coopérative d'Intérêt Collectif Plateforme numérique collaborative permettant des échanges en circuit court de produits agricoles et de denrées alimentaires produits et transformés sur le territoire. L'idée de ce projet, très ambitieuse, n'est pas parvenue à se transformer en organisation pérenne en raison d'un défaut d'adhésion de la part des producteurs locaux et de la difficulté à trouver des consommateurs convaincus par cette forme d'achat.	Idée	DET38
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	

<p>Arrainetik Société Coopérative d'Intérêt Collectif Organe de transformation et mise en conserve de la pêche locale, poissonnerie industrielle de petite taille, assurant la distribution par circuits courts et particulièrement dans la restauration collective.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1080 237 1289 282">Idée</td><td data-bbox="1289 237 1407 461" rowspan="5">DET39</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 282 1289 327">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 327 1289 371">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 371 1289 416">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 416 1289 461">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET39	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET39						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Otsokop Société Coopérative d'Intérêt Collectif Supermarché coopératif et participatif à but non lucratif géré par ses membres : les adhérents sont les consommateurs qui participent bénévolement à l'approvisionnement, à la distribution et plus largement à la gestion globale de la structure. Après plusieurs réunions publiques, le projet est toujours dans sa phase de construction et à la recherche de locaux accessibles.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1080 501 1289 568">Idée</td><td data-bbox="1289 501 1407 842" rowspan="5">DET40</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 568 1289 636">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 636 1289 703">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 703 1289 770">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 770 1289 842">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET40	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET40						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Broc'olis Deux associés créent en 2013 un service de restauration rapide dans un camion de restauration rapide mobile. Le projet est fondé sur une restauration à emporter de qualité et élaborée à base de produits locaux. En 2015, les associés se séparent mais l'entreprise continue de fonctionner sur le même principe.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1080 896 1289 940">Idée</td><td data-bbox="1289 896 1407 1155" rowspan="5">DET41</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 940 1289 985">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 985 1289 1030">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1030 1289 1075">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1075 1289 1155">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET41	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET41						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Nouste Kili Société Coopérative agricole Ce regroupement de producteur a pour objectif d'assurer la collecte, la transformation, le stockage et la commercialisation d'huiles de colza et de tournesol produites localement. Ces huiles sont destinées pour une part à l'alimentation et pour une autre part à la fabrication de biocarburants.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1080 1187 1289 1232">Idée</td><td data-bbox="1289 1187 1407 1491" rowspan="5">DET42</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1232 1289 1276">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1276 1289 1321">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1321 1289 1366">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1366 1289 1491">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET42	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET42						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							
<p>Pare Gabia Fabrication d'espadrilles haut de gamme, à semelles compensées, utilisant des matériaux de qualité : soie, cuir, satin. Après que l'usine est fonctionnée artisanalement de 1935 à 2011 sur le territoire, son rachat par un groupe industriel local, Luxat, a entraîné une délocalisation de la plus grande partie de l'outil de production. Le groupe Luxat et la marque Pare Gabia ont depuis été racheté par le groupe Royer.</p>	<table border="1"> <tr><td data-bbox="1080 1523 1289 1568">Idée</td><td data-bbox="1289 1523 1407 1868" rowspan="5">DET43</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1568 1289 1612">Emergence</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1612 1289 1657">Déploiement</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1657 1289 1702">Réorganisation</td></tr> <tr><td data-bbox="1080 1702 1289 1868">Arrêt</td></tr> </table>	Idée	DET43	Emergence	Déploiement	Réorganisation	Arrêt
Idée	DET43						
Emergence							
Déploiement							
Réorganisation							
Arrêt							

Arsène SARL Dessin et fabrication d'espadrilles dans un village fleuron de cette production jusque dans les années 1970. Les jeunes créatrices ont tablé sur l'utilisation de tissus colorés et fleuris rajeunissant un produit ancestral qu'elle relance en 2012.	Idée	DET44
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Art of Soule SARL Projet identique à Arsène. Art of Soule s'est spécialisé dans la fabrication d'espadrilles aux tissus de couleurs en floquant les chaussures de marques connues (Tour de France, rugby, etc.). La semelle en corde a été remplacée par une semelle lavable dont la partie intérieure est en cuir. L'entreprise a rencontré un succès quasi-immédiat.	Idée	DET45
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Cœur de frais SARL Magasin de fruits et légumes et produits frais revendiquant un fonctionnement en circuits courts. Mais, si quelques produits proviennent effectivement de la production locale, la partie la plus importante de l'achalandage provient de grossistes. Le magasin ouvre ses portes en avril 2016.	Idée	DET46
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Chez Amatxi et Xokola Etxetera (ex Jeff de Bruges) Entreprise individuelle en nom propre Les deux magasins ont ouvert en 2016. Mais il s'agit en réalité d'une reconversion avec abandon d'une gérance Jeff de Bruges. De la vente de produits Jeff de Bruges, la chef d'entreprise a préféré passer sur la vente de glaces artisanales qui proviennent de Charente Maritimes	Idée	DET47
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Elizaldia Ferme d'élevage, l'atelier de transformation est attaché à la ferme et permet l'élaboration de produits finis vendus à la ferme, sur les marchés et dans plusieurs magasins qui ouvrent leur portes dans les zones périurbaines répondant à une demande en produits locaux.	Idée	DET48
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	

I-ENR SAS Cette coopérative entend produire de l'électricité localement par l'installation de panneaux photovoltaïques sur les toits de monuments publics. Le projet s'appuie sur des financements citoyens et sur la participation bénévole des actionnaires-fondateurs.	Idée	DET49
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Méthalayou Usine de production de méthane à partir de fumiers et lisiers et de déchets locaux. Le gaz produit sera injecté dans le réseau de distribution et le digestat restant sera retourné aux agriculteurs pour épandage. La particularité de ce projet réside dans son recours à un financement par épargne citoyenne. Méthalayou devrait démarrer courant 2018.	Idée	DET50
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	
Lycée Agricole et Forestier Vicen en Bigorre Utilisation des déchets organiques de la ferme et d'entreprises du territoire pour produire du biogaz. Ce biogaz constitue l'énergie primaire d'un groupe moteur-alternateur : l'énergie électrique produite est fournie au réseau, l'énergie thermique dégagée est source de chauffage, les résidus de production deviennent engrais.	Idée	DET51
	Emergence	
	Déploiement	
	Réorganisation	
	Arrêt	

Annexe 7 : Focale sur un réseau de soixante-dix-sept initiatives autour de la question agro-alimentaire au Pays Basque

A l'initiative de collectifs de producteurs

Sauvegarde d'un produit spécifique

. Animal

Sasi Ardi Sauvegarde de la race locale du mouton Sasi Ardi	FOC1
--	------

La chèvre pyrénéenne Sauvegarde de la race locale de la chèvre pyrénéenne, valorisation du lait par la production de fromage de chèvre	FOC2
--	------

Euskal Herriko Erle Beltza Sauvegarde de la race locale de l'abeille noire	FOC3
--	------

. Végétal

Arto Gorria Elkartea Regroupement de producteurs-trices de maïs grand roux basque Arto gorria et d'autres variétés historiquement cultivées en pays basque	FOC4
--	------

. Vin

Irouleguy Ensemble de vignobles en terrasses produisant essentiellement du vin rouge et du vin blanc	FOC5
--	------

. Fromage

Ossau-Iraty Fromage au lait entier de brebis élaboré au Béarn et au Pays Basque	FOC6
---	------

. Piment

Biper Eztia Production de piments doux sur la zone côtière du Pays Basque	FOC7
---	------

Piment d'Espelette Production dans des jardins familiaux de ce condiment des Antilles importé au 16ème siècle	FOC8
---	------

. Fruits

Cerise d'Ixassou L'association Xapata produit et transforme les variétés anciennes de cette cerise noire	FOC9
--	------

Kiwi de l'Adour Variété importée de Nouvelle Zélande et produite depuis 30 ans entre Landes et Pays Basque	FOC10
--	-------

Eztigar Refaire du cidre basque (sagarno) en Iparralde (Pays Basque Nord) à partir des variétés locales de pommes	FOC11
. Viande	
Kintoa Regroupement d'éleveurs du porc noir rustique élevé dans forêts de hêtres et de chênes	FOC12
. Poisson	
Merlu de ligne Artisans pêcheurs luziens pratiquant la pêche à la journée sans utilisation de filets	FOC13
Protection des modes de production	
. Fermière	
Idoki Réseau d'exploitants agricoles adhérant à la charte de production fermière	FOC14
. Itinérante	
Euskal Herriko Artzainak Association pour la sauvegarde et la promotion du métier de berger transhumant	FOC15
Commercialisation / Livraison	
. Marchés	
Collectif de producteurs Regroupement de producteurs pour mise en place de circuits de vente de leurs produits	FOC16
Basaburusaskia regroupement de producteurs pour la commercialisation de produits diversifiés	FOC17
Xixtroak regroupement de producteurs pour la commercialisation de produits diversifiés	FOC18
Bioazkaria regroupement de producteurs de viande bovine bio pour la commercialisation	DET4
Magasins de producteurs	
Kaiku Borda Magasin de producteurs Idoki /AOC/ AB en zone rurale	DET5
Les Fermiers basques Magasin de producteurs Idoki en zone rurale	DET5

Gohetxea Magasin de producteurs en zone rurale	DET5
Basseria Stand permanent au marché de Saint Jean de Luz	DET5
Belaun Magasin de producteurs en zone de montagne	FOC19
<u>Autres collectifs de production appartenant aux producteurs</u>	
. Viande	
Axuria Coopérative de transformation de la viande bovine et de la viande d'agneau	FOC20
Xiberoua CUMA de location d'équipements et matériel agricoles lourds	FOC21
Xuhito Coopérative de transformation de viande par les producteurs sur leurs exploitations	FOC22
Azkorria Fromagerie artisanale élaborant un fromage au lait cru produit par des brebis de races locales	FOC23
. Lait	
Les bergers de Saint Michel Production de fromages au lait cru de qualité bio selon les traditions du terroir	FOC24
Coopérative laitière du Pays Transformation du lait en fromage et emballage de briques de lait	FOC25
. Oléagineux	
Segida Refaire du cidre basque (sagarno) en Iparralde (Pays Basque Nord) à partir des variétés locales de pommes	FOC26
. Fruits et légumes	
SCIC Garro Production en maraichage bio sur 35 ha de terre et commercialisation à destination des particuliers et de la restauration collective	FOC27

Transformation/ Production

. Légumes

SCIC Légumerie Création d'une plateforme de produits locaux	FOC28
---	-------

. Viande

Manex SARL spécialisée dans la transformation et la conservation de la viande de boucherie	FOC29
--	-------

L'aile ou la cuisse SARL de transformation et conservation de viandes de volailles	FOC30
--	-------

Aldabia SARL d'abattage et transformation de la viande de volaille	FOC31
--	-------

Abattoirs de Garazi Service d'abattage et découpe de viande pour professionnels, agriculteurs, bergers, particuliers	FOC32
--	-------

Arcadie distribution Sud Ouest Filière d'élaboration des produits carnés toutes espèces de l'abattage à la commercialisation	FOC33
--	-------

Ibaiona Association d'éleveurs, de transformateurs et de distributeurs pour la valorisation de porc né, élevé et abattu au Pays Basque	FOC34
--	-------

A L'INITIATIVE D'AUTRE TIERS (CONSOMMATEURS, ENTREPRENEURS, POUVOIRS PUBLICS) EN COLLABORATION OU NON AVEC DES PRODUCTEURS

Livraison/Commercialisation

. Filaires diverses

Plate-forme techno du lycée Jean Errecart Préparation aux BTS Agronomie, Agro-écologie, Bio-industries, Environnement...	FOC35
--	-------

Goizetik Plateforme de distribution des produits bio et locaux pour la restauration collective et les particuliers	FOC36
--	-------

Gustoki Livraison de produits locaux de qualité	FOC37
---	-------

Panier de l'Adour Livraison de produits locaux	FOC39
. Epicerie	
L'Epicier Bio Epicerie de produits bio et locaux	FOC40
Campagne et saveurs Epicerie de produits locaux (et producteurs de viande bovine Blonde d'Aquitaine)	FOC41
Cœur de frais Epicerie de fruits et légumes plus ou moins locaux	FOC42
Panier de Luz Epicerie de fruits et légumes locaux	FOC43
Euskal Vrac Epicerie de produits en vrac	FOC44
. Blé	
Herriko ogia Démarche collective regroupant agriculteurs et transformateurs du Pays Basque autour d'une filière farine/pain	FOC43
. Viande	
Herriko haragia Démarche collective regroupant agriculteurs et transformateurs du Pays Basque autour d'une filière viande	DET23
Groupement de consommateurs pour l'approvisionnement en produits bio et/ou locaux	
Groupement d'achat du quartier Elizaberry Mouguerre Groupements de consommateurs pour l'approvisionnement en produits locaux sous forme d'un marché tous les vendredis	FOC44
Groupement d'achat Soro Handia Promouvoir une démarche de soutien, de sensibilisation, d'accessibilité de coopération entre les adhérents, à l'agriculture et aux produits biologiques, et ou issus de l'agriculture raisonnée et ou labélisée	FOC45
Groupements d'achat Bio Maité Groupement pour l'approvisionnement en produits bio et locaux	FOC46
Groupement d'achat Kofoina Groupement de consommateurs pour l'approvisionnement en produits locaux	FOC47

Groupeement d'achat de Saint Palais Groupeement de consommateurs pour l'approvisionnement en produits locaux	FOC48
Groupeement d'achat Biotzez Elkartea Groupeement de consommateurs pour l'approvisionnement en produits bio et locaux	FOC49
Groupeement d'achat d'Etxalar Groupeement d'achat destinés aux personnes habitant ou travaillant à proximité les unes des autres et qui souhaitent bénéficier des produits de Prairial sans avoir à se déplacer	FOC50
Groupeement d'achat OTSOKOP Groupeement de consommateurs pour l'approvisionnement en produits bio avec ambition de créer un supermarché	DET40
Groupeement d'achat : La Ruche qui dit oui! Communautés d'achat direct aux producteurs locaux. Fruits, Légumes, Viande, Produits Laitiers...	FOC51
Groupeement d'achat du Petit Bayonne Groupeement de consommateurs pour l'approvisionnement en produits locaux	FOC52
Les 30 AMAP Rencontre d'un groupe de consommateurs et d'un producteur / vente de paniers de légumes de saison	FOC53
Sensibilisation des consommateurs	
Conseil général 64 / Démarche Manger bio et local, labels et terroir Manger bio et local - introduction des produits bio et locaux dans les collèges	DET4
Association des producteurs fermiers du Pays Basques Promouvoir l'agriculture fermière et l'autonomie des fermes	DET5
Biharko Lurraren Elkartea Promotion de l'agriculture biologique	FOC54
EHLG Prouver que de nombreuses petites exploitations peuvent vivre et générer de l'activité	FOC55
Biosphere Biosfera Association de sensibilisation à la consommation locale	FOC56

<p>InterAMAP Développement de l'agriculture durable, du soutien aux agriculteurs et éleveurs de proximité</p>	<p>FOC57</p>
<p>Sarde Sardexka Association de sensibilisation et d'éducation à l'alimentation</p>	<p>FOC58</p>
<p>Bizi ona (Slow Food) Protection, sauvegarde et défense des pratiques éco-gastronomiques Basques</p>	<p>FOC59</p>
<p>Marché Equitable de Bayonne Promotion de l'activité économique locale et d'une production ménagère de l'environnement</p>	<p>FOC60</p>