



HAL
open science

S'engager dans une carrière entrepreneuriale : du créateur d'entreprise à l'architecte, les logiques d'action à l'oeuvre dans l'acte d'entreprendre

Fabien Reix

► To cite this version:

Fabien Reix. S'engager dans une carrière entrepreneuriale : du créateur d'entreprise à l'architecte, les logiques d'action à l'oeuvre dans l'acte d'entreprendre. Sociologie. Université de Bordeaux, 2024. Français. NNT : 2024BORD0017 . tel-04521298

HAL Id: tel-04521298

<https://theses.hal.science/tel-04521298>

Submitted on 26 Mar 2024

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.

THÈSE PRÉSENTÉE
POUR OBTENIR LE GRADE DE

**DOCTEUR DE
L'UNIVERSITÉ DE BORDEAUX**

ÉCOLE DOCTORALE « Sociétés, Politique, Santé Publique »

SPÉCIALITÉ : Sociologie

Par Fabien REIX

S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE ENTREPRENEURIALE
Du créateur d'entreprise à l'architecte, les logiques d'action à l'œuvre dans
l'acte d'entreprendre

Sous la direction de : Olivier CHADOIN

Soutenue le 06/02/2024

Membres du jury :

M. COUSIN Olivier	Professeur des Universités, Centre Emile-Durkheim, Université de Bordeaux	Président
Mme BIAU Véronique	Architecte-Urbaniste en chef de l'Etat, HDR, LET, ENSA Paris La Villette, HESAM Université	Rapporteuse
M. VIOLEAU Jean-Louis	Professeur, Laboratoire CRENAU-ACS, ENSA Nantes	Rapporteur
Mme OLLIVIER Carine	Maîtresse de Conférences, LIRIS, Université Rennes 2	Examinatrice
Mme SCHAUT Christine	Professeure, SASHA, Faculté d'Architecture La Cambre/Horta, Université Libre de Bruxelles	Examinatrice
M. CHADOIN Olivier	Professeur, Laboratoire PAVE – Centre Emile Durkheim, ENSAP de Bordeaux	Directeur de thèse

RÉSUMÉ

Face à l'extension de l'injonction à devenir entrepreneur de soi-même portée par l'idéologie néolibérale depuis les années 1980, il est nécessaire de construire une approche sociologique de l'entrepreneuriat. L'acte d'entreprendre pouvant recouvrir de nombreux domaines, j'ai choisi de l'étudier selon une approche compréhensive des parcours sociaux qui conduisent à envisager de créer sa propre entreprise. Cette thèse *avec* travaux vise d'une part à déconstruire le mythe de l'entrepreneur schumpétérien perçu comme un « rebelle isolé et créatif » et d'autre part à interroger les fondements éthiques de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur. Outre la remise en question de l'image d'un entrepreneur innovateur, mû par le goût du risque et dont la réussite ne doit rien à personne, l'analyse secondaire des données sur les créateurs d'entreprise de l'INSEE montre que cette population se caractérise par son hétérogénéité. Ce que les entrepreneurs ont de commun n'est donc pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre. A partir d'entretiens sous forme de récits de vie, j'ai pu retracer leurs trajectoires et identifier les logiques d'action qu'ils mobilisent pour justifier leur engagement dans une carrière d'entrepreneur.

Loin de se limiter à une rationalité de type instrumentale comme le laisse penser une partie de la littérature économique, l'acte d'entreprendre apparaît irréductible à une seule logique et nécessite une approche combinatoire pour l'éclairer. En mobilisant la sociologie de l'expérience de François Dubet, on observe que créer son entreprise renvoie à une pluralité de registres d'action dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective). Cependant, seul le dernier registre d'une éthique entrepreneuriale guidée par une volonté commune à tous de « contrôler leur destin » permet de faire le lien entre l'ensemble des motifs de leur engagement. La dénégation de la filiation entrepreneuriale, et plus généralement de tout type d'influence dans la construction de leur carrière, constitue un exemple significatif de l'attachement des acteurs à montrer qu'ils sont les « auteurs de leur vie ». Si l'utilisation de la méthode biographique favorise souvent l'héroïsation des parcours personnels, on peut aussi penser que la référence implicite à la figure du *self made man* n'est pas qu'une simple mise en scène héroïque de soi. Il convient alors d'interroger la force de cette « fiction utile » qui peut être perçue comme une condition nécessaire de l'action.

L'application de la compréhension de l'éthique entrepreneuriale au domaine de l'architecture a permis d'enrichir l'analyse en révélant en creux les stratégies générationnelles de positionnement dans le champ architectural. L'étude se base sur une analyse secondaire des résultats d'un riche matériau (questionnaires, analyse de contenu de mémoires, focus groupes) d'une enquête nationale auprès de la promotion 2018-2019 inscrite à l'Habilitation à la maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP). En tant que profession réglementée, l'accès au titre d'architecte nécessite pour les diplômés de niveau master d'obtenir cette habilitation pour exercer en leur nom propre. Conçue comme un exercice réflexif d'entrée dans la profession, cette formation apparaît comme un moment privilégié d'étude d'une éthique entrepreneuriale en construction à travers la manière dont ils se projettent dans le métier. Ancré dans un territoire, exerçant en collectif avec une approche pluridisciplinaire et coopérative, mettant en avant des pratiques écoresponsables en privilégiant notamment la réhabilitation à la construction neuve, le modèle entrepreneurial que dessinent ces architectes en devenir montre leur volonté de se distinguer des générations précédentes pour trouver leur place dans le champ.

Mots-clés : Entrepreneuriat, entrepreneur, éthique, engagement, carrière, logiques d'action, création d'entreprise, génération, profession, architecte, architecture, HMONP

ABSTRACT

The extension of the injunction to become self-entrepreneurs promoted by neoliberal ideology since the 1980s, calls for a sociological approach to entrepreneurship. The entrepreneurial way can cover many fields, also I have chosen to study it using a comprehensive perspective of social trajectories that lead people to consider setting up their own business. This thesis aims to deconstruct the myth of the Schumpeterian entrepreneur as an "isolated, creative rebel", and to question the foundations of entrepreneurial ethics. Challenging the image of an innovative entrepreneur, driven by a sense of risk and described as a self-made man, secondary analysis of INSEE data on business founders shows that this population is characterized by its heterogeneity. What entrepreneurs have in common is not in their profiles, but rather in the meaning they give to the act of being entrepreneur. Based on life story interviews with business founders, I was able to retrace their trajectories and identify the logics of action they mobilize to justify their involvement in an entrepreneurial career.

The entrepreneurial act, far from being limited to instrumental rationality as some economic literature would have us believe, is irreducible to a single logic, and therefore requires a combinatorial approach to shed light on it. Based on François Dubet's sociology of experience, we observe that setting up a business refers to a plurality of registers of action, the main ones being to achieve social status (integration logic), maximize resources (strategic logic) and realize oneself as a subject (subjective logic). However, only the last register, that of an entrepreneurial ethic guided by a common desire to "control their destiny", provides the link between all the motives of the entrepreneurs. The denial of entrepreneurial filiation, and more generally of any kind of influence in the construction of their careers, is a significant example of people's attachment to showing that they are the "authors of their lives". While the use of the biographical method often favors the heroisation of personal histories, it may also be thought that the implicit reference to the figure of the self-made man is not simply a heroic presentation of the self. This raises the question of the strength of this "useful fiction", which can be seen as a necessary condition for action.

Applying the entrepreneurial ethic's analysis to the field of architecture has enriched analysis by revealing generational strategies for positioning in the architectural space. The study is based on a secondary analysis of the results of a national survey of the 2018-2019 class enrolled in the Habilitation à la maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP) based on a questionnaire survey, content analysis of diploma dissertations and focus group interviews. As a regulated profession, access to the title of architect requires Master's-level graduates to obtain this habilitation to practice in their own name. Conceived as a reflexive exercise to enter the profession, this habilitation appears to be a privileged moment to study an entrepreneurial ethic under construction through the way they project themselves into the profession. Rooted in local area, practicing collectively with a multi-disciplinary and cooperative approach, valuing eco-responsible practices by favoring rehabilitation over new construction, the entrepreneurial model drawn up by these upcoming architects shows their desire to distinguish themselves from previous generations in order to find their place in the profession.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneur, ethics, involvement, career, logics of action, business creation, generation, profession, architect, architecture, HMONP

REMERCIEMENTS

Je voudrais d'abord remercier très sincèrement Olivier Chadoin qui en bon directeur de thèse m'a permis par son soutien, son accompagnement, ses encouragements, ses conseils avisés et toujours constructifs et ses relectures attentives, d'aller au bout de cette épreuve qu'est la thèse. J'apprécie à sa juste valeur le fait d'avoir accepté de s'engager avec moi dans ce doctorat dont la forme atypique relevait à la fois du défi et de l'aventure en terrain inconnu. Architecte comme moi de cette thèse non pas sur mais *avec* travaux (la formule est de lui), il m'a aidé à donner à ce doctorat non seulement une forme mais aussi une ambition intellectuelle et partant de retrouver une *libido sciendi* qui s'était un peu étioyée dans l'exercice d'une carrière empruntant des voies multiples de chercheur, d'enseignant, de praticien...et d'entrepreneur.

Mes pensées vont aussi à François Dubet avec qui j'ai débuté cette thèse au long cours. L'importance de sa pensée transparait dans mes travaux des années après nos premiers échanges. J'espère qu'il ne m'en voudra pas d'avoir mis tant de temps à faire aboutir ce projet doctoral et qu'il verra aussi dans cet aboutissement le fruit de notre collaboration passée.

Si mon parcours personnel, professionnel et intellectuel doit beaucoup à ces deux directeurs de thèse, dont on retrouve nécessairement la force des idées dans mon travail, leurs pensées plurielles et non dogmatiques m'ont cependant permis d'y trouver ma place.

Je souhaiterais aussi remercier Véronique Biau, Olivier Cousin, Carine Ollivier, Christine Schaut et Jean-Louis Violeau de m'avoir fait l'honneur de participer à mon jury et de me permettre ainsi de discuter les résultats de mes travaux et d'éclairer de leur expertise les thèses défendues ici.

J'aimerais également remercier chaleureusement mes collègues et amis Pierre-Marie Chauvin, Ronan Hervouet et Sandrine Rui d'avoir accepté de faire partie de mon comité de thèse. Vous qui me connaissez depuis mon entrée dans la carrière de sociologue avez toujours su trouver les mots justes pour m'accompagner et me guider tout au long de mon parcours. Je ne pense pas que j'aurais réussi à aller au bout de l'écriture de cette thèse sans vous avoir à mes côtés.

Je voudrais aussi remercier toutes celles et ceux qui m'ont soutenu et encouragé notamment dans les derniers mois éprouvants consacrés à l'écriture. Je pense notamment à tous mes collègues de l'ENSAP et plus particulièrement du laboratoire PAVE : Kent, Patrice, Guy, Fanny, Laura, Caroline et toute l'équipe des doctorants passés et présents avec qui j'ai pu partager mes convictions mais aussi et surtout mes doutes. Vos encouragements indéfectibles m'ont permis de surmonter les affres de la rédaction. L'accueil chaleureux que j'ai reçu à mon arrivée dans le laboratoire il y a maintenant près de 10 ans, ce sentiment de faire partie de la famille, et cette volonté de faire en sorte d'y rester aussi longtemps que possible doivent beaucoup dans ma décision de reprendre et finir cette thèse.

J'aimerais aussi remercier toute l'équipe de chercheurs ayant travaillé sur l'enquête « Génération HMONP » et en particulier Elise Macaire, Minna Nordström et Véronique Biau. Les échanges stimulants que nous avons eus tout au long de l'enquête et le riche matériau empirique constitué m'ont donné l'envie et l'opportunité de remobiliser mes précédents travaux sur l'acte d'entreprendre et de les enrichir en les mettant à l'épreuve du champ architectural.

Je tiens également à remercier Michel Grossetti pour m'avoir permis d'intégrer plusieurs programmes de recherche en lien avec l'entrepreneuriat. J'ai beaucoup appris à ses côtés et pris plaisir à travailler avec l'équipe toulousaine. Je remercie aussi Pierre-Paul Zalio et les collègues de l'ENS pour tous nos échanges stimulants dans le cadre du programme ANR sur les appuis sociaux de l'entrepreneuriat.

J'aimerais aussi remercier tout particulièrement Alain Bouldoires et les collègues de la *Revue Française des Méthodes Visuelles* pour avoir géré les affaires courantes ces derniers mois afin de me libérer du temps pour l'écriture. Et un grand merci à Camille Forthoffer pour sa précieuse relecture finale.

Comment ne pas remercier aussi tous mes amis. Tous les citer serait trop long et surtout prendre le risque d'en oublier. Que ce soit dans votre discipline à ne pas poser la question qui fâche (*ça avance cette thèse ?*) ou vos encouragements constants à ne rien lâcher, votre simple présence à mes côtés m'a été d'une aide précieuse.

Je voudrais évidemment terminer par remercier chaleureusement mes proches : Cécile, ma compagne, Emma et Melvil, mes enfants. Merci de m'avoir « supporté », dans tous les sens du terme, ces dernières semaines, mois, années. J'ai pleinement conscience que cela a été pour vous aussi une épreuve et vous suis reconnaissant des sacrifices consentis pour me permettre de mener ce projet à son terme. Pour les mêmes raisons, je pense aussi à ma mère et mon frère et à tout le clan meuzacois pour leur soutien et leur affection. Je sais que cette idée de reprendre ma thèse vous a un peu inquiété, mais c'est aussi grâce à vous que j'ai pu le faire. Les sociologues le disent depuis toujours, la famille est une valeur refuge. Je mesure la chance que j'ai d'avoir une famille aimante et bienveillante.

Enfin, je ne peux conclure ces remerciements sans une pensée émue pour mon père qui n'aura pas eu l'occasion de me voir terminer ce doctorat, lui qui est pourtant au cœur du sujet. Cette thèse lui est dédiée.

SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	10
PARTIE 1.....	27
LA FIGURE DE L'ENTREPRENEUR DANS LES SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES	
CHAPITRE 1.....	35
L'ENTREPRENEUR DANS LA PENSÉE ÉCONOMIQUE	
D'une approche fonctionnelle à la caractérisation de l'entrepreneur schumpéterien	
1. La fonction de prise en charge du risque.....	36
2. La fonction d'organisation et de gestion de la production	38
3. La fonction d'innovation et les mobiles de l'entrepreneur schumpéterien.....	40
4. La fonction de gestion de l'incertitude de l'école autrichienne.....	45
5. La fonction de coordination des ressources et les facteurs sociaux de l'action entrepreneuriale..	49
CHAPITRE 2.....	53
L'ENTREPRENEUR DANS LE CHAMP DE L'ENTREPRENEURIAT	
Entre désintérêt et vision psychologisante	
1. Les problèmes de définition du champ de l'entrepreneuriat	54
2. L'approche processuelle des gestionnaires	55
3. L'approche par les traits des psychologues : une étude des motivations de l'entrepreneur	57
CHAPITRE 3.....	65
L'ENTREPRENEUR EN SOCIOLOGIE	
Une figure sociale qui « ne va pas de soi »	
1. L'éthique entrepreneuriale chez Max Weber	68
2. L'entrepreneur-bourgeois chez Werner Sombart	73
3. Une sociologie du patronat plutôt que de l'entrepreneuriat	79
4. La dimension collective de la création d'entreprise	87
5. Le champ spécifique de l'entrepreneuriat ethnique.....	90
6. Les apports de la sociologie économique et du concept d'encastrement à la théorie de l'entrepreneur	94
7. Le monde des <i>start-up</i> au prisme de l'enquête sociologique	100
Une approche sociologique de l'éthique et des logiques d'action de l'acte d'entreprendre	105

PARTIE 2..... 113
CONNAÎTRE L'ENTREPRENEUR
COMPRENDRE SON ENGAGEMENT

CHAPITRE 1..... 129
QUI SONT LES CRÉATEURS D'ENTREPRISE ?

1. L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise 135
2. La diversité des trajectoires professionnelles des entrepreneurs 140
3. Les principales caractéristiques des créations d'entreprise 147
4. De nouvelles entreprises aux ambitions modestes 152

CHAPITRE 2..... 163
ENGAGEMENT ENTREPRENEURIAL ET HISTOIRE FAMILIALE

1. La famille comme modèle 164
2. La transmission du « goût » d'entreprendre 169
3. Entreprendre pour être reconnu par sa famille 174
4. La famille comme ressource..... 179
5. La force du mythe du *self made man*..... 189

CHAPITRE 3..... 195
ENGAGEMENT ENTREPRENEURIAL ET TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES

1. Les entrepreneurs « push » 196
2. Les entrepreneurs « pull » 206

L'acte d'entreprendre comme expression d'une combinaison de logiques d'action 219

PARTIE 3..... 237
LA CONSTRUCTION D'UNE NOUVELLE ÉTHIQUE ENTREPRENEURIALE CHEZ
LES ARCHITECTES

CHAPITRE 1..... 255
PORTRAIT DE L'ARCHITECTE EN ENTREPRENEUR

1. La dualité artiste vs chef d'entreprise..... 255
2. L'entrepreneuriat dans le milieu de l'architecture..... 259
3. Les dimensions entrepreneuriales de l'engagement dans une carrière d'architecte 263
4. Une vision idéale du métier dans les projections à dix ans 265

CHAPITRE 2.....269
S’ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D’ARCHITECTE POUR S’ANCRER DANS UN TERRITOIRE

1. S’écloigner de Paris pour revenir aux racines 270
2. L’appel du rural : entre utilité sociale et positionnement stratégique..... 273

CHAPITRE 3.....277
S’ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D’ARCHITECTE POUR DÉVELOPPER UNE APPROCHE COLLECTIVE ET PLURIDISCIPLINAIRE DU MÉTIER

1. Le goût du collectif..... 277
2. Une valorisation de la pluridisciplinarité et de la polyactivité 281
3. Un modèle coopératif proche des valeurs de l’économie sociale et solidaire 285

CHAPITRE 4.....289
S’ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D’ARCHITECTE POUR PROMOUVOIR UNE CONCEPTION ÉCORESPONSABLE DE LA PROFESSION

1. Manifeste pour une architecture écoresponsable..... 291
2. Une pratique écologique mettant en avant les matériaux durables 293
3. Le regain d’intérêt pour la réhabilitation comme expression de l’engagement écologique 296

La génération d’une nouvelle éthique professionnelle ?..... 301

CONCLUSION GÉNÉRALE 314

BIBLIOGRAPHIE 329

ANNEXES..... 351

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Cette thèse s'appuie sur près de deux décennies de recherches et de travaux consacrés à l'entrepreneuriat ou plus précisément à la compréhension des logiques d'action qui conduisent un individu à s'engager dans une carrière d'entrepreneur en créant sa propre entreprise et à articuler des registres narratifs d'action que je propose de nommer « éthique entrepreneuriale ». Mes recherches ont été réalisées dans des contextes différents et sous des formes variées allant de l'exercice académique du mémoire de master de sociologie à un premier travail doctoral - mis en suspens et repris aujourd'hui – en passant par la participation à des programmes de recherche et autres enquêtes collectives¹. Si ces travaux ne sont pas de même nature, ils ont tous participé à étayer la thèse présentée ici et ont donné lieu à la publication de trois articles dans des revues scientifiques et deux chapitres dans un ouvrage collectif, ainsi qu'une quinzaine de communications dans le cadre de tables rondes, séminaires, journées d'études, colloques et congrès. Sans entrer dans les justifications de ce qui m'a conduit à un temps de gestation aussi long, il s'agit ici d'assumer la forme particulière d'une thèse réalisée non pas *sur* travaux mais *avec* travaux.

**Recherches et publications² consacrées à l'entrepreneur
(par ordre chronologique)**

- 2001 : mémoire de master de sociologie sur « L'organisation du travail dans les *start-up* et la nouvelle économie », sous la direction de François Dubet à l'Université de Bordeaux.
- 2003-2006 : membre du programme de recherche financé par la région Aquitaine « Les logiques spatiales de l'innovation », piloté par Michel Grossetti.
- 2004 : inscription en doctorat de sociologie sur l'éthique entrepreneuriale, sous la direction de François Dubet, à l'Université de Bordeaux (thèse suspendue en 2010 et reprise en en 2019 sous la forme présente, sous la direction d'Olivier Chadoin).

¹ Voir encadré ci-dessous.

² Parmi les travaux qui ont participé à ma réflexion sur l'éthique entrepreneuriale, je pourrais aussi citer l'article rédigé avec Pierre-Marie CHAUVIN « Fiction et idéal-type : réflexions sur les hiérarchies sociales en Russie à partir du film de Pavel Lounguine *Un nouveau Russe* », in in DUFY Caroline, HERVOUET Ronan, GESSAT-ANSTETT Elisabeth, *Quelles hiérarchies sociales en Europe ?*, Editions Petra, 2009. Centré sur la compréhension de l'émergence d'une classe d'entrepreneurs dans la Russie postsoviétique de Boris Eltsine, cet article constitue un essai de sociologie visuelle à partir de l'analyse de la figure idéal-typique de l'oligarque dépeint dans le film « Un nouveau russe » de Pavel Lounguine (2001), œuvre de fiction inspirée de la trajectoire de l'entrepreneur Boris Beresovsky.

- 2007 : publication de l'article « Créations d'entreprises et désirs d'autonomie », *Agora – Débats/Jeunesse*, 3ème trimestre 2007, N°45, pp. 56-67.
- 2007-2010 : membre du programme de recherche « Les trajectoires de l'innovation », Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, piloté par Michel Grossetti.
- 2008 : publication de l'article « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains », *Géographie Économie Société*, 2008/1, Vol. 10, pp. 29-41.
- 2007-2012 : membre du programme de recherche financé par l'Agence nationale de la recherche « Les appuis sociaux de l'entrepreneuriat », piloté par Pierre-Paul Zalio et Michel Grossetti.
- 2012 : publication de l'article « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », *Revue Interdisciplinaire sur le Management, l'Humanisme et l'Entreprise*, N°1, mars-avril 2012, pp. 37-52.
- 2014 : publication du chapitre « Qui sont les créateurs d'entreprises ? » in P.-M. Chauvin, M. Grossetti, P.-P. Zalio (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses Universitaires de Sciences Po, 2014, pp. 141-165.
- 2014 : publication (avec M. Grossetti) du chapitre « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales », in P.-M. Chauvin, M. Grossetti, P.-P. Zalio (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses Universitaires de Sciences Po, 2014, pp. 412-431.
- 2017-2021 : membre de l'équipe de recherche pluridisciplinaire à l'origine de l'enquête nationale sur l'Habilitation à maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP), pilotée par Elise Macaire et Minna Nordström, dont le rapport « *Génération HMONP. La formation à l'habilitation à maîtrise d'œuvre en nom propre comme fabrique de l'architecte* » a été publié en mai 2021.
- 2023 : « En quête d'habilitation. La diversité des usages de l'HMONP par les architectes diplômé.e.s d'Etat », article co-écrit avec E. Macaire et M. Nordström, à paraître en 2024 dans l'ouvrage collectif *Profession ? Architectes*, Editions de l'Université de Lorraine.

Du crépuscule de l'entrepreneur à son renouveau

A début du XX^{ème} siècle, Joseph Schumpeter élabore ce que l'on considère encore aujourd'hui comme la première véritable « théorie de l'entrepreneur » en le plaçant au cœur du processus d'évolution économique par sa capacité d'innovation¹. Tout en démontrant son importance, il finit pourtant par prédire sa disparition suite à l'avènement du capitalisme de grandes unités et d'une économie régie par des Etats planificateurs : « L'unité industrielle géante parfaitement bureaucratisée n'élimine pas seulement, en "expropriant" leurs possesseurs, les firmes de taille petite ou moyenne, mais, en fin de compte, elle élimine également l'entrepreneur »². L'expansion de cette nouvelle forme de capitalisme, appelé aussi « capitalisme managérial »³, entraînerait la dilution de l'entrepreneur au sein de l'organisation complexe de la « grande » entreprise. Dès lors, comme le décrit Alfred Chandler, ce sont les managers et autres salariés dirigeants qui vont, petit à petit, devenir les nouvelles figures de référence de l'entreprise façonnant les « grandes entreprises multi divisionnaires » modernes⁴. Il situe ainsi l'avènement du capitalisme managérial aux Etats-Unis entre 1880-1917, la grande entreprise moderne étant, selon lui, parvenue à maturité à partir des années 1920. Cette pensée prend peu à peu corps au XX^{ème} siècle avec des auteurs comme Adolf Berle et Gardiner Means dans les années 1930⁵ ou encore John K. Galbraith qui à la fin des années 1960 extrapole la disparition de l'entrepreneur annoncée par Joseph Schumpeter en faisant de l'entrepreneur une « organisation »⁶.

Dans une idée assez proche, Werner Sombart voit dans la bureaucratisation croissante de l'entreprise industrielle moderne l'une des causes du déclin de l'esprit capitaliste et par conséquent de la disparition de l'entrepreneur : « Ce que le rentier garde encore de l'esprit capitaliste est supprimé par la bureaucratie. Car dans une industrie gigantesque, fondée sur

¹ SCHUMPETER Joseph A., *Théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1935 [1911].

² Extrait du chapitre 12 au titre évocateur : « Le crépuscule de la fonction d'entrepreneur » in SCHUMPETER Joseph A., *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Payot, Coll. Les Classiques des sciences sociales, 1965 [1942].

³ L'emploi de ce concept est généralement attribué à Adolf A. BERLE et Gardiner C. MEANS in *The modern corporation and private property*, News Brunswick, N. J., Transactions Publishers, 1991 [1932]. Pour une distinction approfondie de ce concept et la contribution de Karl MARX à la compréhension de ce phénomène, voir DUMÉNIL Gérard, LÉVY Dominique, « Le capitalisme managérial. Les voies de l'hybridité », *Savoir/Agir*, 2019/3 (N° 49), pp. 43-53.

⁴ CHANDLER Alfred D., *La main visible des managers*, Paris, Economica, 1988 [1977].

⁵ BERLE Adolf A., MEANS Gardiner C., 1991 [1932], *Ibid.*

⁶ GALBRAITH John K., *Le nouvel état industriel. Essai sur le système économique américain*, Paris, Gallimard, 1979 [1967].

l'organisation bureaucratique, sur la mécanisation non seulement du rationalisme économique, mais aussi de l'esprit d'entreprise, il ne reste que peu de place pour l'esprit capitaliste »¹. Chez Max Weber, l'analyse est plus complexe, comme le révèle Gilles Bastin en analysant la dialectique de l'entrepreneur et de la bureaucratisation dans son œuvre et la manière dont elle a influencé la théorie des organisations : « Une part de cet intérêt vient du ton prophétique parfois adopté par Weber pour décrire l'inévitable bureaucratisation des sociétés modernes ; une autre, du parallèle établi par Weber dans ses textes politiques entre l'entrepreneur "immunisé" et l'homme politique authentique résistant par conviction à la bureaucratie anonyme »². Il conclut son article en mettant en exergue cette ambivalence : « La sociologie de l'entrepreneur repose finalement chez Weber sur ce paradoxe : c'est *par* ses qualités éthiques que l'entrepreneur a changé à jamais le cosmos économique et social dans lequel nous vivons ; mais c'est aussi *à cause* de ces qualités qu'il se tient désormais à l'écart de la vie publique »³.

Remisé au second plan par l'avènement du « phénomène bureaucratique » décrit en France par Michel Crozier⁴, l'entrepreneur ne suscitera donc guère d'intérêt dans les recherches en sciences économiques et sociales jusqu'à ce que le « tournant néolibéral » de la fin des années 1970 le remette sur le devant de la scène économique et médiatique. Cependant, comme le soulignent Julien Duval et Carine Ollivier : « en France, le néolibéralisme a une histoire propre et, même si des mesures de déréglementation interviennent par exemple dès les années 1980, le changement est moins brutal que dans les pays anglophones (Denord, 2016). Il s'opère plutôt par des vagues successives avant de connaître dans les années 2000 une accélération »⁵. En s'appuyant sur les travaux de Michel Foucault sur la fabrique du sujet néolibéral, Pierre Dardot et Christian Laval⁶ voient dans cette période l'avènement d'une stratégie d'imposition d'une nouvelle « rationalité néolibérale » dans « l'ensemble des discours, des pratiques, des dispositifs de pouvoir visant à instaurer de nouvelles conditions politiques, à modifier les règles

¹ SOMBART Werner, *Le Bourgeois. Contribution à l'histoire morale et intellectuelle de l'homme économique moderne*, Paris, Payot, Coll. Les Classiques des sciences sociales, 1928 [1913], Tome 2, p. 159.

² BASTIN Gilles, « (L')entrepreneur chez Max Weber », in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 165-177, p. 174.

³ BASTIN Gilles, 2014, *Ibid.*, p. 176.

⁴ CROZIER Michel, *Le phénomène bureaucratique. Essai sur les tendances bureaucratiques des systèmes d'organisation modernes et sur leurs relations en France*, Le Seuil, coll. Points et Essais, Paris, 1963.

⁵ DUVAL Julien, OLLIVIER Carine, « Le néolibéralisme est-il inévitable ? », in PAUGAM Serge (Ed.), *50 questions de sociologie*. Paris, Presses Universitaires de France, « Hors collection », 2020, pp. 485-493, p. 487.

⁶ DARDOT Pierre, LAVAL Christian, *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*, Paris, La Découverte, 2009.

de fonctionnement économique, à transformer les rapports sociaux »¹. La remise en cause du modèle de la grande entreprise amorcée dans les années 1980 va ainsi s'accompagner d'une revalorisation de l'initiative individuelle et de la création d'entreprise marquant le « retour de l'entrepreneur », comme le décrivent Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis : « Dans un environnement économique extrêmement changeant et difficilement prévisible, la petite entreprise suscite l'intérêt permanent des politiques, des économistes et des sociologues. [...] L'espoir du renouveau économique réside dans la petite entreprise et dans son créateur et propriétaire : l'entrepreneur »².

Les politiques économiques se dirigent alors contre les monopoles, les entreprises publiques et le salariat de masse. Le dynamisme de la petite entreprise est ainsi opposé à l'inertie de la grande entreprise bureaucratisée notamment sous l'impulsion du courant « *small is beautiful* » popularisé par l'économiste Ernst F. Schumacher³. Le cœur de sa thèse est de voir dans le déclin du fordisme le signe du renouveau de la petite entreprise. Accentué par la récession économique des années 1980, en France comme aux États-Unis, ce mouvement marque ce que Pierre-Paul Zalio appelle « la fin de la croyance en l'inévitabilité de la production de masse et son corollaire la grande entreprise divisionnalisée »⁴. Selon Philippe Moati, les années 1980 marquent un tournant dans la structuration des entreprises des économies capitalistes et en particulier en France où le poids des très petites entreprises (TPE) et des petites et moyennes entreprises (PME) n'a cessé de s'accroître au détriment des grandes entreprises⁵.

On semble alors redécouvrir un personnage qui n'avait pourtant jamais cessé d'exister : l'entrepreneur, incarné notamment par le créateur d'entreprise. A la faveur d'une réactualisation des travaux de Joseph Schumpeter, l'entrepreneur est à nouveau perçu comme le moteur de l'activité économique parce qu'il innove en mettant en avant des technologies émergentes, créant par la même occasion des richesses et des emplois. L'engouement pour le phénomène

¹ DARDOT Pierre, LAVAL Christian, 2009, *Op. Cit.*, p. 275.

² BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, « Les entrepreneurs aujourd'hui, continuité ou ruptures ? », *Cahiers français*, n°309 « Les nouvelles logiques de l'entreprise », juillet-août 2002, pp. 22-27.

³ SCHUMACHER Ernst F., *Small is beautiful : une société à la mesure de l'homme*, Paris, Seuil, 1979 [1973].

⁴ ZALIO Pierre-Paul, « L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues », *Entreprises et Histoire*, juin 2004, N°35, pp. 16-30, p. 21.

⁵ MOATI Philippe, « Entreprises et entrepreneurs : De la très petite à la grande entreprise, état des lieux », *Cahiers français*, n°309 « Les nouvelles logiques de l'entreprise », juillet-août 2002, pp. 3-8.

« *start-up* »¹ à la fin des années 1990 en est une illustration dans le contexte de ce que certains ont appelé un « nouvel eldorado » porté par la révolution numérique². Inspirées par les succès des entreprises technologiques californiennes de la *Silicon Valley* et l'« idéologie » de réussite qu'elles portent³, une multitude de nouvelles entreprises voient le jour, irriguées par les investissements massifs des sociétés de capital-risque dans le secteur. La médiatisation des *success stories* américaines va alors alimenter une bulle spéculative mondiale poussant de nombreux jeunes à se lancer dans l'aventure entrepreneuriale faisant de ces entrepreneurs nouvelle génération l'incarnation moderne de la figure de l'entrepreneur innovateur schumpéterien. La bulle spéculative entourant ces *start-up* a finalement éclaté au cours des années 2000 et le principe de désenchantement du monde des *start-up* a fini par faire son œuvre. Pourtant l'engouement médiatique et politique pour le secteur ne s'est jamais vraiment démenti.

Si la posture sociologique invite à déconstruire ces représentations héroïques et médiatiques du monde des *start-up* en général et des entrepreneurs de la *Silicon Valley* en particulier⁴, on ne peut nier qu'elles ont largement participé à nourrir le mythe encore très vivace dans le monde de l'entrepreneuriat du *self made man* ou encore celui du *garage*⁵. « Apple, Microsoft, Hewlett-Packard, ou encore Youtube, ont ainsi participé à créer et entretenir le mythe du garage, probablement le mythe le plus profondément ancré dans l'imaginaire entrepreneurial. L'entrepreneur y est dépeint comme un individu isolé dans son espace privé et dont le génie parvient à assembler les maigres ressources auxquelles il a accès pour donner corps à une idée révolutionnaire »⁶. Le monde des *start-up* était aussi à cette époque souvent associé au modèle de « l'entreprise libérée »⁷ valorisant la créativité, la collaboration et la liberté à travers la mise en place d'un modèle de management dit « horizontal » laissant soi-disant une grande autonomie aux salariés, appelés volontiers collaborateurs, portés par une

¹ Phénomène que j'ai pu observer lors d'une enquête sur l'organisation du travail dans les « *start-up* » et la nouvelle économie dans le cadre de mon mémoire de maîtrise de sociologie en 2001.

² FERRE Jean-Luc, *Les start-up. Nouvelle économie, nouvel eldorado ?*, Toulouse, Milan, Coll. « Les essentiels », 2000.

³ ALEXANDRE Olivier, COAVOUX Samuel, « Les influenceurs de la Silicon Valley. Entreprendre, promouvoir et guider la révolution numérique », *Sociologie*, 2021/2 (Vol. 12), pp. 111-128.

⁴ MARTY Olivier, MOREAU Régis et WEINBERGER David, *Start-up. Du mythe médiatique aux réalités sociologiques*, Paris, L'Harmattan, 2003. Voir aussi GALLUZZO Anthony, *Le mythe de l'entrepreneur. Défaire l'imaginaire de la Silicon Valley*, Paris, La Découverte, Coll. « Zones », 2023.

⁵ Voir par exemple le film de Danny Boyle « Steve Jobs » (2015).

⁶ ANSART Sandrine, DUYMEDJIAN Raffi, POISSONNIER Hugues, « L'entrepreneur bricoleur ou les pratiques affichées de l'entrepreneur du XXIe siècle », in GOMEZ-BREYSSSE (Ed.), *L'entrepreneur au 21e siècle. Reflet des évolutions sociétales*. Paris, Dunod, « Stratégies et management », 2012, pp. 75-100, p. 80.

⁷ CARNEY Brian M., GETZ Isaac, *Liberté & Cie. Quand la liberté des salariés fait le succès des entreprises*, Paris, Flammarion, Coll. « La clé des champs », 2016.

même « aventure entrepreneuriale »¹. Bien que son aspect prosélyte ait été largement dénoncé², cette notion d'« entreprise libérée » continue d'alimenter les débats, notamment en sciences de gestion³.

En effet, dans le cas des *start-up*, l'heure est plutôt aujourd'hui au désenchantement, comme le suggère le numéro spécial d'*Alternatives économiques* « Start-up : la grande désillusion », publié en 2019, décrivant les effets pervers de ce mode de management qui finit par « essorer » ses salariés⁴. Si le principe de désenchantement du monde des *start-up* a donc fini par faire son œuvre, l'engouement médiatique et politique pour le secteur et l'entrepreneuriat en général ne s'est jamais vraiment démenti. En France, cette fascination pour les *start-up* s'est même trouvée réactivée par l'injonction à faire de la société française une « *start-up nation* » par le candidat Emmanuel Macron lors de la campagne précédent son premier mandat de Président de la République en 2017. Une fois élu, il s'emploiera à faire de la « *French tech* » l'étendard de cette culture entrepreneuriale de l'innovation à la française. Il est d'ailleurs frappant de voir combien la sémantique de la « discoursivité », largement employée au début de son mandat, emprunte elle-même au principe de destruction-créatrice de l'entrepreneur schumpéterien.

Dans une vision moins « héroïque », l'entrepreneuriat est aussi présenté comme une issue au chômage par la création de son propre emploi. Faisant l'historique des dispositifs d'accompagnement à la création d'entreprise, Fanny Darbus montre que la dynamique était déjà en marche depuis les années 1970 dans un contexte de recomposition de la condition salariale⁵. Elle montre aussi que leur développement est « indissociable de la montée du chômage et du

¹ GAUJARD Chrystelle, « Vers un nouvel idéaltype organisationnel : une application de la méthode wébérienne aux start-up actuelles », *Innovations*, 2008/1 (n° 27), pp. 163-182.

² COLLE Rodolphe, CORBETT-ETCHEVERS Isabelle, DEFELIX Christian *et al.*, « Innovation et qualité de vie au travail : les entreprises « libérées » tiennent-elles leurs promesses ? », *Management & Avenir*, 2017/3 (N° 93), pp. 161-183.

³ MATTELIN-PIERRARD Caroline, BOCQUET Rachel, DUBOULOZ Sandra, « L'entreprise libérée, un vrai concept ou une simple étiquette ? Une revue systématique de la littérature », *Revue française de gestion*, 2020/6 (N° 291), pp. 23-51.

⁴ Ce modèle managérial n'est d'ailleurs pas sans rappeler celui, non dénué des mêmes fantasmes, de l'agence d'architecture, champ dans lequel j'ai choisi plus récemment d'appliquer mon sujet en étudiant la construction d'une éthique entrepreneuriale chez les architectes diplômés d'Etat passant l'Habilitation à maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP), formation leur permettant d'accéder au titre d'architecte tel que reconnu par l'Ordre des architectes et d'exercer à terme à leur compte. DELATTRE Miguel, PETIT Renaud, ZARDET Véronique, « Ar(t)chitectes et management : histoires d'introduction d'outils de management chez les architectes », *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, 2015/2 (N° 120), pp. 4-15.

⁵ DARBUS Fanny, « L'accompagnement à la création d'entreprise. Auto-emploi et recomposition de la condition salariale », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2008/5 (n° 175), pp. 18-33.

durcissement des politiques d'emploi ». Centrées sur l'injonction à l'auto-emploi, ces politiques d'accompagnement tentent à la fois de sécuriser juridiquement le statut des créateurs d'entreprise, mais aussi de favoriser l'émergence d'un « entrepreneuriat salarié » *via* par exemple les organismes de portage salarial. « En dépit de leur caractère marginal, les politiques en faveur de la création d'entreprise sont plus diversifiées et sophistiquées et proposent une sécurisation croissante du statut de l'entrepreneur. Tout se passe comme si ce dernier se rapprochait de la condition salariale, à mesure que les conditions d'emploi ordinaires des salariés se flexibilisaient sous le coup des gouvernements de droite et de gauche. L'effritement de la norme d'emploi fordiste, et l'augmentation de la précarité qui en découle provoquent ainsi une banalisation des profils de ceux qui, conduits à se résoudre à l'horizon entrepreneurial, explorent des régimes juridiques expérimentaux pour ne pas s'y soumettre totalement. »¹.

Les deux représentations pourtant antagonistes de l'entrepreneur innovateur incarné par les « *start-uppers* » et de l'entrepreneur de nécessité incarné par les « auto-entrepreneurs » cohabitent donc aujourd'hui. L'entrepreneuriat n'a ainsi cessé de prendre de l'ampleur en France avec comme point d'orgue la création du régime controversé d'auto-entrepreneur au 1^{er} janvier 2009 qui témoigne de la percée d'une utopie libérale dans une société française pourtant profondément salariale². Ce terme d'auto-entrepreneur, qui n'a pas d'équivalent dans les autres pays, incarne jusqu'à la caricature la diffusion d'une injonction grandissante à devenir « entrepreneur de soi-même ». Cette dernière est caractéristique de l'idéologie néolibérale qui vise à défendre l'idée que chaque individu a « quelque chose d'entrepreneurial en lui et l'économie de marché a pour caractéristique de libérer et stimuler cette entrepreneurialité humaine »³. La lutte contre le chômage s'accompagne alors d'une rhétorique invitant à faire sauter les verrous de l'entrepreneuriat dans un objectif de « libération de la croissance française », du nom de la commission pilotée en 2008 par Jacques Attali - et dans laquelle siégeait un certain Emmanuel Macron – dont le rapport servira notamment à alimenter la loi de modernisation de l'économie la même année. Ce nouvel engouement pour l'entrepreneur et la création d'entreprise se traduit dans les chiffres publiés annuellement en France par l'INSEE. Le nombre de créations d'entreprises a ainsi connu une ascension fulgurante ces dernières décennies avec un quasi doublement tous les 10 ans, passant d'environ 150 000 entreprises

¹ DARBUS Fanny, 2008, *Op. Cit.*, p. 33.

² ABDELNOUR Sarah, *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*, Presses Universitaires de France, Paris, 2017.

³ DARDOT Pierre, LAVAL Christian, 2009, *Op. Cit.*, p. 231.

nouvellement créées par an dans les années 1990 à environ 300 000 dans les années 2000, puis 500 000 dans les années 2010 avant de dépasser le million de créations d'entreprises en 2022. Cette progression s'est cependant faite en trompe l'œil. En effet, l'instauration du régime de l'auto-entrepreneur en 2009 et ses adaptations successives expliquent en grande partie les évolutions des chiffres de la création d'entreprise en France ces dernières décennies¹.

On observe donc que la figure de l'entrepreneur a pris une ampleur inédite aujourd'hui dans le contexte d'une injonction sociale généralisée à être entrepreneur de soi-même. Une incitation symbolisée par la formule « tous entrepreneurs ! »² relayée par les promoteurs des politiques néolibérales et la presse économique spécialisée. L'entrepreneur apparaît ainsi à bien des égards comme une figure centrale pour saisir la modernité³. Entre mouvement de libération pour les uns et nouvelle forme d'aliénation et de précarisation pour les autres, cette idéologie de l'entreprise de soi par l'entrepreneuriat est largement soumise à controverse⁴. A la suite de l'analyse de Michel Foucault⁵ invitant à voir dans la métaphore du travailleur comme entrepreneur de lui-même les fondements de la « fabrique du sujet néolibéral »⁶, force est de constater que le terme entrepreneur est porteur d'une charge critique intrinsèque.

Cette promotion de l'entrepreneur comme modèle de réussite sociale participe aussi de l'émergence d'un « culte de la performance » que décrit Alain Ehrenberg dans son ouvrage éponyme au début des années 1990. Et si l'entrepreneur n'est pas le seul faire-valoir de ce nouveau dogme, il se situe en bonne place parmi les figures qui l'incarnent : « Battants, leaders, aventuriers et autres figures conquérantes ont envahi l'imagination française. Ils symbolisent une version entrepreneuriale et athlétique de la vie en société (...) Si les figures conquérantes sont multiples, la valorisation de l'entrepreneur et de l'action d'entreprendre en sont les emblèmes. L'entreprise est le nouveau réservoir des fictions françaises »⁷. Alain Ehrenberg poursuivra la critique de cette injonction à être entrepreneur de soi-même en montrant qu'elle est en partie à l'origine de ce qu'il nomme par ailleurs comme *la fatigue d'être soi*⁸ car elle

¹ Pour plus de détails sur ces chiffres et leurs interprétations, voir dans la deuxième partie de cette thèse la sous-partie « Qui sont les créateurs d'entreprise ? » qui présente une analyse secondaire de la base de données SINE de l'INSEE.

² OLLIVIER Carine, « Tous entrepreneurs ? », in PAUGAM Serge (Ed.), *50 questions de sociologie*, Paris, Presses Universitaires de France, « Hors collection », 2020, p. 355-364.

³ DARDOT Pierre, LAVAL Christian, 2009, *Op. Cit.*

⁴ CUKIER Alexis, « Entrepreneur de soi ou travailleur aliéné ? », *Terrains/Théories* [En ligne], 6 | 2017.

⁵ Voir son cours au collège de France « Naissance de la biopolitique » (1978-1979).

⁶ DARDOT Pierre, LAVAL Christian, 2009, *Ibid.* Titre du chapitre 13.

⁷ EHRENBURG Alain, *Le culte de la performance*, Paris, Calmann Levy, Essai Société, 1991, p. 13 et p. 16.

⁸ EHRENBURG Alain, *La fatigue d'être soi*, Paris, Odile Jacob, 1998.

s'exprime non seulement dans le cadre professionnel de l'entreprise mais aussi au sein de la famille et de l'école. Ces idées s'inscrivent également dans le contexte du déploiement dans les années 1990 du « paradigme de l'individualisation » sous l'impulsion des travaux d'Anthony Giddens¹, d'Ulrich Beck² ou encore de Charles Taylor³. Par individualisation, on entend un processus de construction de l'individu comme sujet caractéristique de la modernité où « libérés des carcans collectifs et des assignations statutaires, nous serions désormais soumis à l'injonction 'd'être soi', un soi 'authentique' et 'singulier' »⁴. Le parallèle avec l'imaginaire véhiculé par le mythe de l'entrepreneur, qu'Anthony Galluzzo s'est récemment employé à défaire, apparaît évident : « Dans cet imaginaire, l'entrepreneur est l'individu par excellence : un être auto-institué, l'auteur et le moteur de sa propre réussite »⁵.

Défaire le mythe de l'entrepreneur...

A travers l'étude de cas de Steve Jobs, Anthony Galluzzo aborde l'entrepreneur non pas comme un simple acteur économique ou social mais aussi comme une « catégorie du discours » construit comme un « produit médiatique ». Si les éléments constitutifs du mythe de l'entrepreneur étaient déjà présents dans le capitalisme occidental du XIX^{ème} siècle, notamment aux Etats-Unis avec les figures d'Andrew Carnegie ou John Davison Rockefeller, ce sont successivement celles de Steve Jobs et de Bill Gates, puis de Mark Zuckerberg ou plus récemment encore d'Elon Musk, tous issus du monde de la Silicon Valley, qui incarnent le mythe de l'entrepreneur dans l'imaginaire médiatique contemporain : « leurs histoires sont des assemblages de citations, de signes, d'anecdotes et d'actions plus ou moins légendaires qui sont régulièrement mis en récit dans les innombrables productions médiatiques qui, collectivement, animent le mythe de l'entrepreneur »⁶.

La mise en récit des parcours de ces figures entrepreneuriales idéal-typiques reprend toujours les mêmes composantes et met en récit six caractéristiques récurrentes au fondement du mythe selon Anthony Galluzzo : l'idée de génie, la vision prophétique, le pouvoir disruptif,

¹ GIDDENS Anthony, *Les conséquences de la modernité*, Paris, L'Harmattan, 1994 [1990].

² BECK Ulrich, *La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Aubier, 2001 [1986].

³ TAYLOR Charles, *Le malaise de la modernité*, Paris, Editions du Cerf, 2001 [1992].

⁴ BERAUD Céline, « Individualisation », in PAUGAM Serge (Dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? », pp. 73-74, p. 73.

⁵ GALLUZZO Anthony, *Le mythe de l'entrepreneur. Défaire l'imaginaire de la Silicon Valley*, Paris, La Découverte, Coll. « Zones », 2023, p. 10.

⁶ *Ibid.*, p. 13.

la précocité annonciatrice, la fêlure originelle et la volonté indomptable. Si la figure de l'entrepreneur est associée le plus souvent à une masculinité qu'il convient aussi de déconstruire, c'est en prenant l'exemple du récit médiatique de l'ascension fulgurante entre 2013 et 2015 de l'entrepreneuse Elizabeth Holmes, fondatrice de la société Theranos, qu'Anthony Galluzzo illustre la recherche systématique de ces traits caractéristiques dans les histoires des entrepreneurs. Il démontre ainsi la force du mythe qui « donne forme à des représentations qui, à force d'être répétées, basculent dans l'impensé, l'ininterrogé. Le mythe de l'entrepreneur s'apparente ainsi à "un ensemble discursif hégémonique", en ce qu'il fonde une fiction en nature et en éternité »¹. Il indique en outre que les entrepreneurs participent eux-mêmes à alimenter ce mythe rappelant l'importance de la « dimension narrative » du travail entrepreneurial : « (l'entrepreneur) est aussi un marketeur de lui-même, très attentif à l'élaboration de sa *persona* et à la construction médiatique de sa propre image de marque (...) L'entrepreneur-narrateur permet alors de rationaliser les décisions passées, de les réinterpréter à la lumière d'un nouveau récit »².

Derrière ce *storytelling* entrepreneurial, on retrouve en filigrane les grands traits du « surhomme nietzschéen » auquel avait déjà largement emprunté Joseph Schumpeter pour dresser le portrait d'un entrepreneur dont l'exceptionnelle capacité créatrice sert à expliquer la dynamique économique et le construit de fait comme un héros³. En effet, c'est la figure héroïque induite par ce mythe qu'il convient d'interroger et en particulier la manière dont elle met à distance les explications d'ordre sociologique. En reprenant la fameuse scène fondatrice du garage de Steve Jobs aux origines de la création d'Apple, Anthony Galluzzo montre d'abord en quoi l'entrepreneur apparaît comme un être « sorti du néant » dont la trajectoire partant d'un simple garage permet par « effet de contraste » de mettre en exergue le caractère héroïque du parcours accompli : « du dénuement à l'abondance, du garage à la multinationale, les médiations s'évanouissent. Ne reste que la performance de l'entrepreneur héroïsé »⁴. Empruntant à un autre mythe, celui de Prométhée, le qualificatif « prométhéen » ou « démiurge » si souvent associé à l'entrepreneur sert quant à lui à illustrer le caractère supposé

¹ GALLUZZO Anthony, 2023, *Op. Cit.*, p. 10.

² *Ibid.*, p. 97.

³ COLIN-JAEGER Nathanaël, WIEDEMANN Étienne, « Aux origines nietzschéennes des ambiguïtés du concept d'entrepreneur : Schumpeter lecteur de Nietzsche », *Revue de philosophie économique*, 2021/2 (Vol. 22), pp. 89-124.

⁴ GALLUZZO Anthony, 2023, *Ibid.*, p. 15.

hors norme de sa force créatrice qui lui permet de s'arracher aux forces conservatrices pour faire advenir un monde nouveau.

Aussi qualifié de visionnaire, l'entrepreneur est régulièrement associé à la figure du génie ce qui sert implicitement selon Anthony Galluzzo à mettre à l'écart toute interprétation sociologique : « Chez les commentateurs, le pouvoir créateur, visionnaire et inspirateur relève du « génie » (...) La rhétorique du génie est une antisociologie qui recouvre le parcours de l'entrepreneur d'un voile mystique. L'action de l'entrepreneur est insondable ; elle ne peut être véritablement comprise, seulement admirée »¹. Et même si Norbert Elias² ou Pierre-Michel Menger³ ont montré dans le cas de Mozart ou de Beethoven ce que la construction sociale de la figure du génie doit au contexte historique, Anthony Galluzzo poursuit quelques pages plus loin son idée pour montrer comment l'association de l'entrepreneur à la figure du génie conditionne cette conception asociologique de l'entrepreneur dans le sens commun : « La célébration de l'entrepreneur de génie permet d'anéantir toute analyse rationnelle et contextuelle de la réussite individuelle et du processus de création (...) La vie de l'entrepreneur serait une quête téléologiquement orientée qui l'amènerait à réaliser sa propre essence. Sorti de nulle part, force intrinsèque, automotrice et instituée, l'entrepreneur apparaît ainsi comme émancipé de tout cadre social »⁴.

Autre mythe à l'intérieur du mythe, celui du *self made man* est ainsi particulièrement présent dans le *storytelling* entrepreneurial et permet de servir l'idéologie du mérite incarnée par la mise en avant de récits d'entrepreneurs partis de rien et dont la réussite ne doit rien à personne. Héritée de la vision schumpéterienne de l'entrepreneur, cette héroïsation de l'entrepreneur pose un vrai problème d'un point de vue sociologique dans le sens où elle le construit implicitement comme un être qui n'aurait à souffrir d'aucun déterminisme social et participe en cela à occulter le contexte social dans lequel s'inscrit son action. « L'entrepreneur agit sans être agi, produit sans être produit (...) En faisant de l'entrepreneur le *deus ex machina* du capitalisme, on invisibilise l'écosystème dont il dépend intégralement »⁵. Cette mise en valeur largement fantasmée du mérite personnel de l'entrepreneur parti de rien comme symbole

¹ GALLUZZO Anthony, 2023, *Op. Cit.*, pp. 77-78.

² ELIAS Norbert, *Mozart. Sociologie d'un génie*, Paris, Le Seuil, 1991.

³ MENGER Pierre-Michel, « Le génie et sa sociologie. Controverses interprétatives sur le cas de Beethoven », *Annales*, Année 2002, 57-4, pp. 967-999.

⁴ GALLUZZO Anthony, 2023, *Op. Cit.*, p. 83.

⁵ *Ibid.*, p. 26.

de réussite sociale conduit à considérer que les individus sont autant responsables de leurs succès mais aussi de leurs échecs en faisant fi des appuis sociaux qui le façonnent et dont il tire les ressources nécessaires pour mener à bien son activité entrepreneuriale.

...pour construire un regard sociologique sur l'acte d'entreprendre

Dans son entreprise de déconstruction du mythe de l'entrepreneur, Anthony Galluzzo fait donc œuvre utile pour les sociologues au sens où il démontre combien « le mythe de l'entrepreneur est porteur d'une mystique innéiste, profondément antisociologique »¹. C'est tout l'enjeu et la raison d'être de cette thèse que de montrer l'intérêt d'aborder l'entrepreneur et son action sous un angle proprement sociologique. Faire de l'acte d'entreprendre un objet sociologique revient donc à considérer ce phénomène comme une action sociale et par conséquent à s'intéresser en premier lieu à la démarche des acteurs sociaux qui accomplissent cet acte, comme les créateurs d'entreprise par exemple. L'acte d'entreprendre, analysé à travers l'action de créer une entreprise, peut alors être appréhendé dans sa dimension objective et sa dimension subjective. Pour cela, il convient d'abord de décrire le plus finement possible les profils des créateurs d'entreprise et les caractéristiques des entreprises nouvellement créées afin d'objectiver les représentations associées au monde de l'entrepreneuriat. Il apparaît, de plus, nécessaire de s'intéresser à l'aspect réflexif de l'acte d'entreprendre à partir de l'analyse des récits et des modes de justification de l'entrée dans une carrière d'entrepreneur. On l'a vu la dimension narrative est fondamentale dans la construction de l'*ethos* entrepreneurial. On ne peut donc prétendre comprendre l'acte d'entreprendre sans considérer le sens que les acteurs accordent à leur engagement dans une carrière entrepreneuriale.

Cette thèse, construite à partir de mes recherches passées et présentes sur la question de l'acte d'entreprendre, vise ainsi de manière transversale à analyser les trajectoires sociales, les logiques d'action et les fondements éthiques qui conduisent les individus à envisager de créer leur propre entreprise et à s'engager dans une carrière d'entrepreneur. La démonstration se décompose en trois grandes parties.

La première partie fait l'état de l'art des travaux consacrés à la figure de l'entrepreneur en économie, en sciences de gestion, en psychologie et en sociologie. Il ressort de cette revue

¹ GALLUZZO Anthony, 2023, *Op. Cit.*, p. 205.

de la littérature, une vision de l'entrepreneur encore largement dominée par les sciences économiques qui s'intéressent plus aux fonctions de l'entrepreneur qu'aux motifs de son action. Les sciences de gestion abordent quant à elles l'entrepreneuriat le plus souvent sous le prisme du processus de création d'une entreprise perçue comme une organisation que des motifs de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur par la création de sa propre entreprise. Et lorsqu'elles ne le relèguent pas au second plan, ces analyses d'obédience économique présentent encore trop souvent l'entrepreneur sous la seule figure héroïque de l'innovateur schumpéterien. Il en va de même de l'« approche par les traits » (*trait approach*) des psychologues qui tendent à décrire les entrepreneurs comme des individus doués de qualités hors du commun. Ces fictions alimentent d'ailleurs en partie le mythe du *self made man* largement intériorisé par les créateurs d'entreprise dans la mise en récit de leur parcours. Les travaux de sociologie économique consacrés à l'entrepreneuriat à partir des années 1980 ont pourtant permis de montrer que loin d'être un acteur solitaire, l'entrepreneur est bien un acteur socialisé et encadré dans des réseaux de relations qui servent d'appui à son activité entrepreneuriale. Une question reste cependant en suspens : celle des motifs de l'action des entrepreneurs. En effet, les tenants de l'approche par les traits n'ont pas réussi à épuiser le délicat sujet de l'éthique entrepreneuriale que Max Weber et Joseph Schumpeter ont tenté d'élucider en leur temps. Aussi, je défends dans cette thèse l'idée que pour étudier les valeurs qui animent les entrepreneurs, il est nécessaire d'adopter une approche compréhensive en cherchant à identifier les logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur en s'intéressant en premier lieu à la réflexivité des acteurs qui accomplissent l'acte d'entreprendre comme les créateurs d'entreprise par exemple. C'est le parti pris de cette thèse.

La deuxième partie reprend et actualise les résultats de mes travaux consacrés à l'acte d'entreprendre, publiés entre 2007 et 2014. Au regard des écueils et points aveugles de la revue de la littérature sur l'entrepreneur dans les sciences économiques et sociales, mes recherches visent à répondre à deux enjeux complémentaires dans la construction d'un regard sociologique sur celles et ceux qui s'engagent dans une carrière d'entrepreneur par la création de leur propre entreprise. Premièrement, *connaître* précisément les profils des créateurs d'entreprise et les caractéristiques des entreprises nouvellement créées afin de déconstruire un certain nombre de stéréotypes associés à l'entrepreneur et à l'entrepreneuriat (goût du risque, innovation, *self made man*...). J'ai pour cela réalisé une analyse secondaire des enquêtes SINE (Système d'information sur les nouvelles entreprises) de l'INSEE en 2006, réactualisée pour l'occasion

à partir des chiffres de 2018. Ces données montrent d'une part que la création d'entreprise est loin d'être une aventure solitaire et d'autre part qu'elle correspond au monde des *petits* entrepreneurs et des *petites* entreprises, sans pourtant y voir une connotation péjorative. En outre, l'analyse statistique indique que la population des créateurs d'entreprise se caractérise d'abord par son hétérogénéité et révèle l'impossibilité d'appréhender la catégorie des entrepreneurs comme un groupe social unifié. Ce qu'ils ont en commun n'est donc pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre. Le deuxième enjeu est donc de *comprendre* les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre en analysant les trajectoires et les modes de justification de l'entrée dans une carrière d'entrepreneur à partir d'entretiens biographiques réalisés auprès d'un panel de 45 créateurs aquitains représentatif de la diversité des profils de cette catégorie. En retraçant leur parcours tant personnel que professionnel, j'ai pu repérer les différentes logiques d'action qu'ils mobilisent pour justifier le fait d'avoir créé leur propre entreprise. Leur engagement dans une carrière d'entrepreneur apparaît alors comme un « projet de vie global » qui dépasse largement le cadre de la sphère économique. En empruntant aux logiques d'action de la sociologie de l'expérience de François Dubet¹, on observe que créer son entreprise renvoie à une pluralité de registres dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective). C'est le premier grand enseignement de ce travail : l'irréductibilité de l'acte d'entreprendre à une seule logique d'action et la nécessité d'une approche combinatoire des logiques d'action pour l'éclairer.

La troisième et dernière partie présente une étude originale qui se place dans la poursuite de mes précédents travaux en interrogeant cette fois la manière dont on se projette dans une carrière d'architecte à partir d'une analyse secondaire des résultats de l'enquête nationale « *Génération HMONP. La formation à l'habilitation à exercer la maîtrise d'œuvre en son nom propre comme fabrique de l'architecte* » à laquelle j'ai participé et dont le rapport a été publié en mai 2021. En tant que profession réglementée, l'accès au titre d'architecte, tel que reconnu par l'Ordre des architectes, nécessite pour les Architectes diplômés d'Etat (ADE) – grade niveau Master – d'obtenir une Habilitation à la maîtrise d'œuvre en son nom propre (HMONP). Conçue aussi comme un exercice réflexif d'entrée dans la profession, cette formation apparaît comme un moment privilégié d'étude des fondements d'une éthique entrepreneuriale en

¹ DUBET François, *Sociologie de l'expérience*, Paris, Seuil, 1994.

construction. Menée auprès de la promotion inscrite à l'HMONP en 2018-2019, cette enquête a permis de compiler un riche matériau empirique constitué d'une enquête par questionnaires regroupant 914 répondants (soit près de 40% de la population mère), un échantillon représentatif de 300 mémoires de fin d'études ainsi que 10 focus-groupes, répartis sur toute la France, réunissant les différentes parties prenantes de cette formation (ADE, tuteurs, directeurs d'études, organismes professionnels...). Par une analyse secondaire de ces données et un approfondissement des enseignements de cette enquête, j'ai cherché à caractériser ce que recouvre l'éthique entrepreneuriale de cette future génération d'architectes à travers la manière dont ils se projettent dans la profession et l'exercice du métier. Derrière la volonté commune d'exercer à terme en « son nom propre » qu'est censée incarner l'inscription à l'HMONP se cachent des représentations sensiblement différentes de l'entrée dans la carrière d'architecte qui les éloignent en partie de la figure « canonique » de l'architecte exerçant seul, en libéral, dans un contexte urbain et privilégiant les projets de constructions neuves. Ancré dans un territoire, exerçant en collectif avec une approche pluridisciplinaire et coopérative du travail architectural, mettant en avant des pratiques écoresponsables en privilégiant notamment la réhabilitation à la construction, voilà le modèle entrepreneurial que dessinent ces architectes en devenir. L'application de la compréhension de l'éthique entrepreneuriale au domaine de l'architecture a ainsi permis de l'enrichir en révélant en creux les stratégies générationnelles de positionnement dans le champ architectural. En défendant une conception renouvelée de la profession, ils cherchent non seulement à satisfaire leurs propres convictions mais aussi à se distinguer de l'héritage des générations précédentes pour trouver leur place dans le champ. Interrogeant en outre la place du travail dans leur existence, l'acte d'entreprendre apparaît à nouveau comme un « projet de vie » qui s'étend au-delà du champ professionnel.

L'analyse des projections à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur permet de dégager un second grand enseignement. L'homologie entre les logiques d'action des jeunes créateurs d'entreprise identifiées dans mes précédents travaux et celles de ces architectes en devenir, permet de faire l'hypothèse de l'émergence d'une nouvelle éthique entrepreneuriale générationnelle.

PARTIE 1

LA FIGURE DE L'ENTREPRENEUR DANS LES SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES

Quelle place occupe la figure de l'entrepreneur dans la pensée économique ? Quelle est la fonction de l'entrepreneur au sein de l'économie ? Quels sont les mobiles qui animent les entrepreneurs ? Dans quelle mesure l'engagement dans une carrière d'entrepreneur est-elle déterminée par des facteurs historiques et socioculturels ? Quel est l'héritage des travaux fondateurs de Joseph Schumpeter et de Max Weber pour comprendre l'entrepreneur et son action aujourd'hui ? Quels sont les apports et les limites de la description de l'entrepreneur innovateur schumpétérien ? L'entrepreneur intéresse-t-il réellement les chercheurs œuvrant dans le champ de l'entrepreneuriat ? Existe-t-il un type de « personnalité » qui permette de distinguer les entrepreneurs des non entrepreneurs ? Quels ont été les apports de la sociologie économique à la théorie de l'entrepreneur ? Quels sont les appuis sociaux de l'entrepreneuriat ? Comment définir l'éthique entrepreneuriale ? Quelles sont les logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur ?

Associé à bien des figures et des mondes sociaux, l'entrepreneur a autant souffert de défiance que bénéficié d'une certaine fascination au cours de l'histoire. Dans son ouvrage *Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée*, Hélène Vérin explore les évolutions sémantiques et conceptuelles des termes « entrepreneur » et « entreprise »¹. Apparu avant celui d'entreprise, le terme entrepreneur trouve ainsi ses origines au XII^{ème} siècle dans le roman courtois avec la figure de l'« entrepreneur chevalier » auquel sont associées les idées d'« aventure » et de « hasard » comme occasion d'entreprendre une quête². S'appuyant ensuite sur les dictionnaires de la fin du XVII^{ème} siècle et du XVIII^{ème} siècle et en particulier le « *Furetière* »³, elle donne au terme entreprise le sens premier de « résolution hardie de faire quelque chose »⁴. Attaché d'abord au domaine du bâtiment, l'entrepreneur s'incarne dès la fin du XVII^{ème} siècle dans la figure de l'architecte : « Celui qui entreprend, qui se charge de la construction d'un bâtiment ou de quelque ouvrage. Il se dit premièrement des Architectes »⁵. Associé aussi au domaine de la justice, de l'argent, de la politique ou encore de la guerre, l'entrepreneur empruntera de nombreuses figures⁶ au cours de l'histoire dont le point commun est la « subversion de l'ordre prédonné »⁷.

C'est plus particulièrement au début du XVIII^{ème} sous la plume de l'économiste Richard Cantillon dans son *Essai du commerce en général*⁸, que la notion d'entreprise « devient un concept théorique lorsqu'elle est définie comme une forme d'intervention économique produite par / productrice de – un *ordre* ou une *classe* d'entrepreneurs »⁹. Dans son acception économique, l'entrepreneur est alors « un homme de l'occasion, qui examine, pèse, essaie ses jugements dans l'activité qui le définit : la conduite de son entreprise »¹⁰. On retrouve aussi dans les recherches d'Hélène Vérin les éléments fondateurs de la théorie de l'entrepreneur de l'école hétérodoxe autrichienne en économie, sur laquelle je reviendrai longuement dans cette partie, entre prise de risque et gestion de l'incertitude : « l'entreprise comme épreuve immédiate

¹ VÉRIN Hélène, *Entrepreneurs, entreprises. Histoire d'une idée*, PUF, 1982.

² *Ibid.*, p. 65.

³ En référence au *Dictionnaire universel* d'Antoine FURETIÈRE, éditions de 1690, 1704, 1727.

⁴ VÉRIN Hélène, 1982, *Ibid.*, p. 15.

⁵ *Ibid.*, p. 16. Je reviendrai plus particulièrement dans la troisième partie de cette thèse sur cette relation entre la figure de l'entrepreneur et celle de l'architecte.

⁶ Alexandre le Grand, César, Machiavel (« toute entreprise est Machiavélique » nous dit-elle, *Ibid.* p. 215), les références historiques sont nombreuses dans l'ouvrage d'Hélène VÉRIN pour illustrer l'*ethos* de l'entrepreneur.

⁷ VÉRIN Hélène, 1982, *Ibid.*, p. 171.

⁸ CANTILLON Richard, *Essai sur la nature du commerce en général*, Paris, Institut national d'études démographiques, 1952 [1755].

⁹ VÉRIN Hélène, 1982, *Ibid.*, p. 12.

¹⁰ *Ibid.*, p. 149.

de soi dans l'action risquée comme modalité d'insertion dans l'ordre social »¹ ; « ce n'est qu'en assumant ce hasard que l'entrepreneur peut-être le premier moteur du commerce en général »². Suscitant peu d'intérêt chez les économistes de la pensée classique, l'entrepreneur tombera plus ou moins dans l'oubli après Richard Cantillon, avant de réapparaître dans la première moitié du XX^{ème} siècle comme un acteur social et économique majeur à travers les travaux fondateurs de Joseph Schumpeter³ et Max Weber⁴ qui en font le « moteur de l'évolution économique » et la « clé de voûte du système capitaliste ». Si, comme on l'a vu dans l'introduction, l'avènement de la grande entreprise bureaucratisée et du capitalisme managérial vont de nouveau faire tomber l'entrepreneur dans l'oubli au cours du XX^{ème} siècle, le tournant néolibéral des années 1970-80 va participer à le réhabiliter en tant qu'incarnation idéale-typique d'une nouvelle injonction, caractéristique de l'individualisme moderne, à devenir entrepreneur de soi-même.

Sans prétendre à l'exhaustivité, cette première partie vise à offrir une vue d'ensemble des travaux consacrés à l'entrepreneur en sciences économiques et sociales. J'exposerai successivement une sélection de contributions à la « théorie de l'entrepreneur » en économie, en sciences de gestion et en sociologie. Afin de les replacer dans leur contexte historique, j'ai choisi de les présenter, dans la mesure du possible, de manière chronologique. L'objectif est avant de tout de lever le voile qui entoure la figure d'un entrepreneur dont les représentations sont multiples, ce qui charrie une certaine ambiguïté sur qui il est et ce qu'il fait, bien qu'il soit considéré par beaucoup comme un acteur central de l'économie et plus largement du système capitaliste.

Malgré l'intérêt dont il bénéficie aujourd'hui, l'entrepreneur reste entouré d'un certain mystère non seulement parce que son identité comme son action sont difficiles à définir tant les termes entrepreneur et entreprendre sont polysémiques, mais aussi plus simplement parce qu'il a été longtemps négligé par les chercheurs en sciences humaines et sociales, y compris en économie. L'entrepreneur en tant qu'acteur n'a en effet jamais véritablement intéressé les économistes classiques. Avant les travaux fondateurs de Joseph Schumpeter entamés au début du XX^{ème} siècle, peu d'économistes, hormis Richard Cantillon, se sont intéressés à la

¹ VÉRIN Hélène, 1982, *Op. Cit.*, p. 63

² *Ibid.*, p. 150.

³ SCHUMPETER Joseph A., *Théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1935 [1911].

⁴ WEBER Max, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1964 [1904-1905].

compréhension de cet acteur malgré le rôle central qui lui est attribué dans la dynamique de l'économie. Après la théorisation de l'entrepreneur innovateur schumpéterien, il faudra attendre les travaux des économistes de l'école autrichienne dans les années 1970 pour considérer de nouveau l'entrepreneur comme un acteur économique digne d'intérêt en insistant sur sa capacité à gérer l'incertitude et sa « vigilance » pour saisir les opportunités¹. Pour la plupart des économistes, l'idée n'est pas d'étudier l'entrepreneur sous l'angle de son *ethos*, comme avait en partie tenté de le faire Joseph Schumpeter, mais plus simplement d'en définir la fonction. On peut tout de même citer, à titre de contre-exemple, les travaux de l'économiste hétérodoxe Mark Casson qui va permettre dans les années 1980 d'ouvrir la voie vers des croisements disciplinaires entre économie et sociologie².

Dans les années 1980 aux Etats-Unis et les années 1990 en France, de nombreux travaux se rattachant au champ de l'entrepreneuriat vont se développer à l'initiative notamment des chercheurs en sciences de gestion. Mais ils ne participeront que dans une faible mesure à améliorer la compréhension de l'entrepreneur en tant qu'acteur social. En effet, la plupart de ces auteurs concentrent leurs études sur les stratégies de développement et de gestion des entreprises nouvellement créées laissant au second plan l'analyse et de la description des acteurs à l'origine de ces créations. On retrouve cependant dans ce champ de l'entrepreneuriat, une certaine tradition de l'étude des « traits » de l'entrepreneur chez les chercheurs en psychologie qui s'intéressent à sa personnalité à travers l'étude de ses motivations ou encore de ses qualités, suite notamment aux travaux fondateurs de David McClelland au début des années 1960³. Cette « approche par les traits » reste néanmoins largement critiquée pour sa tendance à faire de l'entrepreneur un « surhomme », au sens de Nietzsche, qui n'est pas sans rappeler celui dépeint par Joseph Schumpeter.

La sociologie s'est quant à elle plutôt désintéressée de l'entrepreneur depuis les travaux fondateurs de Max Weber (et de Werner Sombart) mettant en relation éthique protestante et esprit du capitalisme. On observe tout de même une attention particulière à la figure de l'entrepreneur dans les travaux sur l'entrepreneuriat ethnique aux Etats-Unis dans les années 1980. On trouve également trace, à peu près à la même période, d'un intérêt pour l'entrepreneur

¹ Pour une discussion critique de cette approche, voir notamment MUCHERIE Mathieu, « L'entrepreneur dans la théorie autrichienne. Un homme sans qualité ? », *Revue internationale de psychologie*, 2008/32 (Vol. XIV), pp. 161-180.

² CASSON Mark, *L'entrepreneur*, Paris, Economica, 1991 [1982].

³ McCLELLAND David C., *The achieving society*, Princeton, Van Nostrand, 1961.

dans la sociologie du patronat en France, même si elle n'évite pas l'écueil de confondre chef d'entreprise et créateur d'entreprise. C'est plus fondamentalement dans l'institutionnalisation d'une « nouvelle sociologie économique » d'abord aux Etats-Unis dans les années 1990, puis en France au début des années 2000, qu'il faut chercher les explications d'un véritable regain d'intérêt des sociologues pour l'entrepreneur et l'entrepreneuriat. Leurs approches visent alors à le reconnaître comme un acteur non seulement économique mais aussi social en mobilisant notamment la « théorie de l'encastrement » de Mark Granovetter¹.

Face à l'image encore persistante de l'entrepreneur héroïque schumpéterien, l'approche sociologique cherche ainsi à déconstruire le mythe « antisociologique » du *self made man*² en mettant notamment en lumière « les appuis sociaux de l'entrepreneuriat »³ que l'approche économique a largement participé à invisibiliser. En France, la compilation d'une partie des travaux français consacrés à l'entrepreneur donnera notamment lieu à la publication d'un *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* en 2014⁴. Ouvrage dont la variété des entrées montre cependant les difficultés à définir les contours d'un objet d'étude qui est loin d'être une évidence pour les sociologues tant il est difficile d'attacher la catégorie des entrepreneurs à un monde social particulier⁵. Cette entreprise de déconstruction du mythe de l'entrepreneur par l'approche sociologique a été plus récemment poursuivie en France, en particulier dans le monde des *start-up*, à travers les travaux de Michel Grossetti, Jean-François Barthe et Nathalie Chauvac⁶ et de Marion Flécher⁷. L'avènement en France du régime de l'auto-entrepreneur en 2009 a par ailleurs ouvert une nouvelle voie à des travaux sociologiques abordant la question

¹ GRANOVETTER Mark, « Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol. 91, n°3, 1985, pp. 481-510.

² GALLUZZO Anthony, 2023, *Op. Cit.*

³ Du nom d'un programme de recherche financé par l'Agence nationale pour la recherche (ANR), piloté par Pierre-Paul ZALIO et Michel GROSSETTI, dont j'ai été membre entre 2007 et 2012.

⁴ CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014.

⁵ Dictionnaire au sein duquel j'ai contribué pour deux entrées. REIX Fabien, « Créateurs et création d'entreprise » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 141-165 ; GROSSETTI Michel, REIX Fabien, « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales », in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 412-431.

⁶ GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François. CHAUVAC Nathalie, *Les Start-up, des entreprises comme les autres ? Une enquête sociologique en France*, Presses Sorbonne Université, Paris, 2018.

⁷ FLÉCHER Marion, « Le monde des start-up : le nouveau visage du capitalisme ? Enquête sur les modes de création et d'organisation des start-up en France et aux Etats-Unis », thèse de sociologie sous la direction de Sophie Bernard, Université Paris Sciences et Lettres, 2021.

de l'entrepreneur sous l'angle de la fragilisation du modèle salarial, de l'hybridation des statuts d'activité et du précarité, comme en témoignent notamment les travaux de Sarah Abdelnour¹.

Selon que l'on se situe dans le domaine de l'économie, des sciences de gestion, de la psychologie ou de la sociologie, les problématiques liées à l'étude de la figure de l'entrepreneur sont sensiblement différentes et correspondent aux matrices disciplinaires qui régissent chacun de ces champs. Ces approches apparaissent pourtant très largement complémentaires. Aucune de ces disciplines ne peut, à elle seule, permettre d'appréhender l'entrepreneuriat dans son ensemble tant sont plurielles les dimensions auxquelles renvoie ce phénomène. C'est pourquoi j'accorderai une place importante à la discussion des travaux fondateurs de Joseph Schumpeter, Max Weber et Werner Sombart, non seulement parce qu'en tant que pionniers ils méritent une attention particulière, mais aussi parce que leur approche combinatoire à la croisée de l'histoire, de l'économie et de la sociologie est une source d'inspiration pour la compréhension de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur tel que je souhaite l'appréhender.

¹ ABDELNOUR Sarah, 2017, *Op. Cit.*

CHAPITRE 1

L'ENTREPRENEUR DANS LA PENSÉE ÉCONOMIQUE D'une approche fonctionnelle à la caractérisation de l'entrepreneur schumpéterien

La figure de l'entrepreneur reste indissociable de l'histoire de la pensée économique même si les économistes classiques ont plutôt eu tendance à négliger cet acteur économique d'un type particulier. Les analyses des classiques ayant des visées macroéconomiques, ils ne se sont pas ou peu intéressés aux agents économiques dans leur ensemble et à l'entrepreneur en particulier. Les économistes ayant travaillé sur l'entrepreneur ont ainsi en commun de se positionner en marge des théories dominantes et de s'appuyer sur une représentation essentiellement fonctionnelle de ce dernier. C'est d'ailleurs ce que souligne Joseph Schumpeter lui-même dans son *Histoire de l'analyse économique*¹, publié à titre posthume, lorsqu'il passe en revue les différentes contributions des économistes à la « théorie de l'entrepreneur ».

Selon lui, les premiers économistes à s'être intéressés à l'entrepreneur sont Richard Cantillon² et Jean-Baptiste Say³, respectivement au milieu du XVIII^{ème} et au début du XIX^{ème} siècle. Ils le distinguent ainsi des autres agents économiques en lui attribuant des fonctions spécifiques de prise en charge du risque et/ou de gestion de la production. Vision de l'entrepreneur perçu plutôt sous l'angle du *manager* que l'on retrouve un siècle plus tard chez John Stuart Mill au milieu du XIX^{ème}⁴ puis Alfred Marshall à la fin du XIX^{ème} siècle⁵ dans leurs *Principes d'économie politique*. En parallèle, l'avènement de la révolution marginaliste initiée par Stanley Jevons et Léon Walras qui façonne la pensée néoclassique à la fin du

¹ SCHUMPETER Joseph A., *Histoire de l'analyse économique*, Paris, Gallimard, 1983 [1954].

² CANTILLON Richard, 1952 [1755], *Op. Cit.*

³ SAY Jean-Baptiste, *Traité d'économie politique*, Paris, Calmann-Lévy, Coll. Les Classiques des sciences sociales, 1972 [1803].

⁴ MILL John Stuart, *Principes d'économie politique*, Paris, Guillaumin, 1889 [1848].

⁵ MARSHALL Alfred, *Principes d'économie politique*, Paris, Gordon & Breach, 1971 [1890].

XIX^{ème} siècle ne laissera que peu de place à l'étude de l'entrepreneur¹. En effet, l'économie néoclassique se constitue alors autour du postulat d'un agent représentatif incarné par l'*homo oeconomicus* et d'une vision « statique » de l'économie. Pour le dire rapidement, tous les agents économiques sont supposés se comporter selon le même principe universel de maximisation de l'utilité. Ainsi, pour cette école de pensée orthodoxe, il n'y a pas lieu d'analyser de manière spécifique le comportement de l'entrepreneur.

Il faudra donc toute la pugnacité de Joseph Schumpeter pour que soit redonnée, au début du XX^{ème} siècle, une place centrale à l'entrepreneur dans le processus d'évolution économique à travers la description de sa fonction d'innovation. L'analyse de l'entrepreneur continuera pourtant à rester en marge de l'économie orthodoxe, ne trouvant grâce qu'aux yeux de ces compatriotes de l'école autrichienne qui lui attribueront une fonction de gestion de l'incertitude à travers sa capacité à identifier et à exploiter des opportunités. Enfin, dans les années 1980, l'analyse de l'économiste hétérodoxe Mark Casson marque un certain tournant en remettant en cause l'intérêt d'adopter une approche purement fonctionnelle, ce qui le conduit notamment à s'intéresser aussi aux facteurs sociaux qui déterminent l'action de l'entrepreneur ouvrant la voie à de nouvelles approches.

1. La fonction de prise en charge du risque

C'est au milieu du XVIII^{ème} siècle avec Richard Cantillon, souvent présenté comme le premier économiste à s'être véritablement intéressé à la figure de l'entrepreneur², que l'économie politique pose les premiers jalons de la théorie de l'entrepreneur. Cantillon rappelle non seulement la contribution essentielle de l'entrepreneur au bon fonctionnement de l'économie, mais pose aussi les bases de la « théorie de l'entrepreneur » en montrant que l'activité entrepreneuriale est fondée sur l'incertitude qu'implique la prise de risque.

¹ Bien qu'ayant eux-mêmes participé au développement du concept d'utilité marginale, les près fondateurs de l'école autrichienne tels Carl MENGER, Eugen VON BÖHM-BAWERK et Friedrich VON WIESER s'émanciperont de la pensée néoclassique en rejetant la vision statique et « mécanique » de l'économie offerte par Léon WALRAS notamment. Ceci ne sera d'ailleurs pas sans conséquence sur la manière dont les représentants de l'école autrichienne, tels Ludwig VON MISES, Friedrich VON HAYEK et Israël KIRZNER, envisageront le rôle de l'entrepreneur par la suite.

² Notamment par Joseph A. SCHUMPETER lui-même : « *Cantillon a été, pour autant que je sache, le premier à utiliser le terme d'entrepreneur* ». SCHUMPETER Joseph A., 1983 [1954], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 242.

Pour lui, le *fermier*, le *marchand* ou l'*artisan* sont des entrepreneurs parce qu'ils prennent des risques en s'engageant vis à vis d'un tiers sans garantie sur sa solvabilité. En effet, selon Joseph Schumpeter, nul autre avant Richard Cantillon n'avait énoncé aussi clairement cette fonction de prise en charge du risque liée à l'incertitude : « Cantillon avait une conception très nette de la fonction d'entrepreneur, certes très générale, mais qu'il analyse avec une attention toute particulière dans le cas du fermier »¹. Prenant comme exemple le fermier, il insiste donc sur l'incertitude qui entoure son activité (évolution des prix, consommation, facteurs démographiques), ce qui le conduit nécessairement à prendre des risques : « Le fermier est un entrepreneur qui promet de paier au propriétaire, pour sa ferme ou sa terre, une somme fixe d'argent (qu'on suppose ordinairement égale en valeur au tiers du produit de la terre), sans avoir de certitude de l'avantage qu'il tirera de cette entreprise. Il emploie une partie de cette terre à nourrir des troupeaux, à produire du grain, du vin, des foins, etc. suivant ses idées, sans pouvoir prévoir laquelle des espèces de ces denrées rapportera le meilleur prix. Ce prix des denrées dépendra en partie des Saisons et en partie de la consommation ; s'il y a abondance de blé par rapport à la consommation, il sera à vil prix, s'il y a rareté, il sera cher. Qui est celui qui peut prévoir le nombre de naissances et morts des habitants de l'Etat, dans le courant de l'année ? Qui peut prévoir l'augmentation et la diminution de dépense qui peut survenir dans les familles ? Cependant le prix des denrées du Fermier dépend naturellement de ces événements qu'il ne sauroit prévoir, et par conséquent il conduit l'entreprise et sa Ferme avec incertitude »².

Outre le fermier, pour Cantillon, l'entrepreneur s'incarne aussi dans « les marchands de toute espèce... » dont le point commun est de faire partie des « gens à gages incertains ». Au final, c'est parce qu'il assume la fonction de prise en charge du risque, liée au déséquilibre entre la valeur d'une chose et son prix, que l'entrepreneur peut être considéré comme le moteur du commerce en général. C'est notamment ce que souligne Hélène Vérin qui voit dans le travail de Cantillon « une histoire sociale [...] de l'érection de la classe des entrepreneurs »³ à travers l'avènement de la séparation de la propriété et du travail. Malgré le travail opéré par Cantillon au milieu du XVIIIème siècle pour mettre en lumière le rôle important de l'entrepreneur en tant que preneur de risques, les économistes classiques et néoclassiques ne lui prêteront que peu d'attention. Jean-Baptiste Say et John Stuart Mill, pour l'école classique, et Alfred Marshall,

¹ SCHUMPETER Joseph A., 1983 [1954], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 311.

² CANTILLON Richard, 1952 [1755], *Op. Cit.*, pp. 47-48.

³ VÉRIN Hélène, 1982, *Op. Cit.*, p. 130. Le chapitre 4 de son ouvrage lui est d'ailleurs entièrement consacré.

pour l'école néoclassique, sont les rares auteurs à faire de l'entrepreneur un agent économique à part entière. L'entrepreneur est décrit chez eux comme une sorte de « manager » dont la fonction spécifique réside dans l'organisation et la gestion de la production.

2. La fonction d'organisation et de gestion de la production

Sans pour autant exclure sa fonction de prise en charge du risque liée à l'incertitude, Jean-Baptiste Say attribue à l'entrepreneur une nouvelle fonction d'organisation et de gestion de la production dès le début du XIX^{ème} siècle¹. Selon lui, l'entrepreneur est l'intermédiaire entre le savant, qui produit la connaissance, et l'ouvrier, qui l'applique à l'industrie : « Le plus souvent un homme étudie la marche et les lois de la nature. C'est le savant. Un autre profite de ces connaissances pour créer des produits utiles. [...] c'est l'entrepreneur d'industrie, celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque. Un autre enfin travaille suivant les directions données par les deux premiers. C'est l'ouvrier. »². De même que chez Richard Cantillon, l'entrepreneur est alors perçu comme celui qui prend des risques puisqu'il investit son propre argent : « Il est rare qu'il y ait des entrepreneurs si pauvres qu'ils ne possèdent pas en propre une portion au moins de leur capital. »³. Mais, selon Jean-Baptiste Say, ce qui va permettre de différencier l'entrepreneur du capitaliste réside surtout dans son rôle d'« organisateur » qui consiste à rassembler et combiner les facteurs de production.

En proposant des théories du profit prenant en compte les « gains de gestion » en les différenciant des rémunérations de l'intérêt et du risque, John Stuart Mill puis Alfred Marshall introduisent eux aussi le rôle de gestionnaire de l'entrepreneur dans leurs analyses⁴. Comme l'indique Michel Rainelli, les modifications apportées à la théorie du profit par ces deux auteurs auront pour lourde conséquence de proposer une vision de l'économie où « les figures centrales

¹ Sur le rapprochement entre la théorie de l'entrepreneur de Jean-Baptiste SAY et celles de Richard CANTILLON et de Franck KNIGHT à travers les notions de risque et d'incertitude, voir STEINER Philippe, « La théorie de l'entrepreneur chez Jean-Baptiste Say et la tradition Cantillon-Knight », *L'actualité Economique*, Vol. 73, N°4, 1997.

² SAY Jean-Baptiste, 1972 [1803], Livre 1, *Op. Cit.*, p. 66.

³ *Ibid.*, p. 63.

⁴ MILL John Stuart, 1971 [1890], *Op. Cit.*

ne sont plus les capitalistes et les branches mais les entrepreneurs et les entreprises »¹. Ces auteurs assignent donc à l'entrepreneur le rôle de détermination du profit, ce dernier dépendant en partie des capacités personnelles dont il fait preuve dans l'exercice de sa fonction de direction. En considérant que les variations des taux de profit sont liées aux « dons inégaux » des entrepreneurs en matière de capacité de gestion, Alfred Marshall laisse sous-entendre que pour être un « bon » entrepreneur, il faut bénéficier de qualités peu communes.

Cette description élogieuse de l'entrepreneur était déjà clairement présente chez Jean-Baptiste Say. Pour lui, être entrepreneur est un véritable métier qui nécessite des qualités ne s'appliquant qu'à un nombre restreint de personnes : « il faut du moins qu'il soit solvable, connu pour un homme intelligent et prudent, rempli d'ordre et de probité, et que, par la nature de ses relations, il soit à portée de se procurer l'usage des capitaux qu'il ne possède pas par lui-même. Ces conditions excluent beaucoup de gens du nombre des concurrents. En second lieu, ce genre de travail exige des qualités morales dont la réunion n'est pas commune. Il veut du jugement, de la constance, la connaissance des hommes et des choses. [...] Les personnes chez qui les qualités nécessaires ne se trouvent pas réunies, font des entreprises avec peu de succès ; ces entreprises ne se soutiennent pas, et leur travail ne tarde pas à être retiré de la circulation. Il n'y reste par conséquent que celui qui peut être continué avec succès, c'est-à-dire avec capacité. C'est de cette façon que la condition de la capacité borne le nombre de gens qui offrent le travail d'un entrepreneur »². On commence alors à entrevoir les prémices d'une représentation « héroïque » de l'entrepreneur, perception que Joseph Schumpeter ne fera que renforcer par la suite.

Pour lui, le principal intérêt de l'approche de Jean-Baptiste Say est d'avoir « assigné à l'« entrepreneur » – lui-même distinct du capitaliste – une place définie dans le schéma du processus économique » en affirmant que la fonction de l'entrepreneur était de « combiner les facteurs productifs en un organisme productif »³. John Stuart Mill et Alfred Marshall sont gratifiés quant à eux d'avoir participé, chacun à leur époque, à populariser l'usage du terme « entrepreneur » chez les économistes anglo-saxons. Cependant, Joseph Schumpeter critique leur réduction de la fonction d'entrepreneur à un simple travail de gestion en ce sens qu'il « ne

¹ RAINELLI Michel, « Entrepreneurs et profits dans les « Principes » de John Stuart Mill et Alfred Marshall », *Revue économique*, Vol. 34, N°4, 1983, pp. 790-810.

² SAY Jean-Baptiste, 1972 [1803], Livre 2, *Op. Cit.*, p. 66.

³ SCHUMPETER Joseph A., 1983 [1954], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 243.

diffère en rien de l'administration pure et simple de l'entreprise »¹ et ne permet pas, par conséquent, de différencier l'entrepreneur du manager. Or, pour lui, l'entrepreneur se distingue d'une part du capitaliste qui n'apporte, par définition, que les capitaux nécessaires au démarrage et au développement de l'entreprise et d'autre part du gestionnaire dont l'activité est purement routinière.

3. La fonction d'innovation et les mobiles de l'entrepreneur schumpéterien

Au début du XX^{ème} siècle, Joseph Schumpeter va s'imposer comme le grand théoricien de l'entrepreneur et reste encore aujourd'hui l'auteur de référence sur le sujet². Son intérêt pour l'activité entrepreneuriale constitue le fil rouge de son œuvre. En intégrant à son analyse la notion de subjectivité des acteurs économiques, il rompt avec les préoccupations essentiellement macroéconomiques des classiques en se rapprochant en partie de la tradition de l'école autrichienne qui se constituera à sa suite. Il trouvera également son inspiration au cœur des travaux de l'école allemande en s'intéressant aux dimensions à la fois sociologique, historique et économique de l'activité économique. La diversité de ses inspirations théoriques et méthodologiques et l'aspect largement pluridisciplinaire de ses travaux (économie, histoire, sociologie, psychologie) font de Joseph Schumpeter un auteur quasi « inclassable » selon François Perroux³.

L'entrepreneur comme moteur de l'évolution économique

S'opposant à une conception figée de l'économie, Joseph Schumpeter soutient l'idée que l'économie obéit à un processus dynamique impulsé principalement par les entrepreneurs qui, par leur capacité à innover, engendrent la croissance économique selon un principe de « destruction créatrice »⁴. L'entrepreneur est ainsi perçu comme le moteur du progrès technique parce qu'il casse la routine en innovant, c'est-à-dire en créant de « nouvelles combinaisons ».

¹ SCHUMPETER Joseph A., 1983 [1954], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 244.

² BRETON Yves, « La théorie économique de l'entrepreneur ou le problème de la connaissance économique », *Revue économique*, volume 35, n°2, 1984, pp. 247-266.

³ PERROUX François, *La pensée économique de Joseph Schumpeter. Les dynamiques du capitalisme*, Genève, Librairie Droz, 1965, p. 160.

⁴ SCHUMPETER Joseph A., *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Petite bibliothèque Payot, Coll. Les Classiques des sciences sociales, texte de la 2^{ème} édition de 1946, 1965 [1942], Chapitre 7.

Joseph Schumpeter décrit ainsi cinq cas d'innovation : « fabrication d'un bien nouveau » (1), « introduction d'une méthode de production nouvelle » (2), « ouverture d'un débouché nouveau » (3), « conquête d'une nouvelle source de matières premières ou de produits semi-ouvrés » (4), « réalisation d'une nouvelle organisation comme la création d'une situation de monopole » (5)¹. Le développement de l'innovation schumpétérienne se fait en trois temps. Au départ, les « nouvelles combinaisons » sont introduites par un ou quelques entrepreneurs qui vont tenter d'imposer une vision nouvelle qui rompt avec les usages en vigueur. Puis, si l'intérêt de ces nouvelles combinaisons est démontré, des « grappes » d'imitateurs vont alors apparaître et participer à la diffusion de cette innovation. Enfin, la troisième étape correspond à la définition de nouvelles règles du jeu qui vont entériner le nouvel ordre économique et social issu de ces changements. Ainsi, pour Joseph Schumpeter, c'est bien l'entrepreneur qui est l'acteur principal du renouvellement de l'économie capitaliste.

L'innovation comme fonction spécifique de l'entrepreneur

En faisant de l'innovation la fonction principale de l'entrepreneur, Joseph Schumpeter s'émancipe, voire s'oppose aux analyses de ses prédécesseurs. Il s'oppose d'abord à Richard Cantillon en défendant l'idée que le risque n'est pas supporté par l'entrepreneur, à moins qu'il s'appuie sur ses fonds propres, mais par le capitaliste qui finance son projet. Il se différencie ensuite des classiques en refusant de réduire le rôle de l'entrepreneur à celui d'un simple gestionnaire. Il déclare ainsi que le profit est le résultat de la réussite d'une « nouvelle combinaison » et non de la seule gestion « optimale » de l'entreprise : « Ils ont exécuté de nouvelles combinaisons, ils sont au sens propre du mot des entrepreneurs. Et leur gain de surplus, que n'absorbe aucune contrepartie, est le profit »². C'est donc d'abord parce qu'il innove que l'entrepreneur perçoit un profit. Joseph Schumpeter précise, en outre, que la figure de l'entrepreneur innovateur ne doit pas être forcément assimilée à celle de l'inventeur qualifiant cette relation de « fortuite ». En effet, le rôle de l'entrepreneur n'est pas d'être à l'origine d'inventions mais bien de les exploiter et de les diffuser, une qualité nécessaire qu'avait déjà décrite Jean-Baptiste Say en son temps.

¹ SCHUMPETER Joseph A., 1935 [1911], *Op. Cit.*, p. 78.

² *Ibid.*, p. 198.

Les figures de l'entrepreneur schumpétérien

Joseph Schumpeter présente ainsi quatre « types historiques » d'entrepreneurs. Le *fabricant/commerçant* qui est le propriétaire de son entreprise. Le *capitaine d'industrie* qui, bien qu'il dirige la politique d'une ou plusieurs entreprises sociétaires, n'en est pas forcément le créateur en tant que président d'un conseil d'administration ou administrateur délégué par exemple. Le *directeur* qui occupe une place de travailleur salarié intéressé aux bénéfices de l'entreprise renvoyant quant à lui à la figure du manager. Et enfin, le *fondateur (promotor)* qui en tant que « lanceur d'affaires » s'apparente à un chef de projet. Néanmoins, pour Joseph Schumpeter, le « statut » d'entrepreneur n'a pas forcément un caractère permanent, comme l'illustre bien cet extrait de François Perroux qui, par extrapolation, analyse le caractère entreprenant d'Henry Ford selon ces préceptes : « D'après l'interprétation de J. Schumpeter, Henry Ford ne devient pas entrepreneur quand, à 43 ans, en 1906, il est un chef d'entreprise indépendant, mais quand, en 1909, il commence à fabriquer son fameux modèle T, très vite connu sous le nom de voiture Ford. Henry Ford est encore entrepreneur quand, perfectionnant la division du travail dans l'industrie automobile, il adopte le procédé du train d'assemblage, usant d'autre part d'une politique basée sur le principe de la baisse progressive des prix, combinée avec l'accroissement du débit. Il réalise alors une combinaison du second type : introduction d'une méthode de production nouvelle »¹. Pour Joseph Schumpeter, l'entrepreneur peut donc revêtir de nombreuses figures dont le seul aspect commun est le caractère innovant de leurs conduites à un moment donné.

L'entrepreneur héroïque

L'entrepreneur est ainsi la pierre angulaire de la théorie de l'évolution économique de Joseph Schumpeter en tant que « figure de proue » du système capitaliste et « élément le plus important du monde des affaires », pour reprendre les termes d'Yves Breton². Joseph Schumpeter en dresse alors un portrait qu'on peut qualifier d'héroïque : « Sous notre portrait du type de l'entrepreneur il y a l'épigraphie *plus ultra* »³. Il insiste notamment sur la « force de caractère » dont doit faire preuve l'entrepreneur pour imposer la nouveauté face aux résistances

¹ PERROUX François, 1965, *Op. Cit.*, p. 81.

² BRETON Yves, 1984, *Op. Cit.*, p. 256.

³ SCHUMPETER Joseph A., 1935 [1911], *Op. Cit.*, p. 103.

aux changements et assumer son image de « déviant » qui transgresse les normes établies¹. Pour surmonter ces obstacles, l'entrepreneur doit posséder des qualités peu communes telles l'intuition, la volonté, le goût de l'action et plus généralement toutes celles qui caractérisent un véritable « chef ». La réunion de toutes ces qualités limite de fait le nombre de candidats qui peuvent remplir la fonction d'entrepreneur : « l'exécution de nouvelles combinaisons est une fonction particulière, un privilège de personnes bien moins nombreuses que celles qui extérieurement en auraient la possibilité »². Ainsi, bien qu'il ait toujours refusé de voir dans la catégorie des entrepreneurs « une classe sociale au sens technique du terme », il lui confère implicitement le statut d'élite.

Les mobiles de l'entrepreneur

L'originalité de la démarche de Joseph Schumpeter tient aussi au fait qu'il s'est intéressé aux ressorts « psychologiques » de l'activité économique, ce qui le range à nouveau chez les hétérodoxes de la pensée économique. Il complète ainsi son analyse de l'évolution économique par une approche psychologique visant à identifier les motivations de l'entrepreneur pour interpréter sa conduite. Pour cela, il analyse les mobiles auxquels obéit l'entrepreneur pour justifier son engagement dans une carrière entrepreneuriale. Il tente donc de démontrer que loin d'être un simple *homo oeconomicus* guidé par la maximisation de l'utilité ou du profit, l'entrepreneur est aussi caractérisé par une sorte de besoin compulsif de créer : « L'entrepreneur typique ne se demande pas si chaque effort, auquel il se soumet, lui promet un “excédent de jouissance” suffisant. Il se préoccupe peu des fruits hédonistiques de ses actes. Il crée sans répit, car il ne peut rien faire d'autre »³. Pour Joseph Schumpeter, l'interprétation de cette conduite peut être comprise à la lumière de mobiles aux accents « nietzschéens »⁴ qui animent l'entrepreneur et dont les principaux sont : « le rêve et la volonté de fonder un royaume privé », « la volonté du vainqueur : d'une part vouloir lutter, de l'autre vouloir remporter un succès pour le succès même », « la joie de créer une forme économique nouvelle »⁵. Il prend d'ailleurs soin de dissocier ces mobiles de toute forme de rationalité économique en expliquant qu'il s'agit

¹ Parmi les nombreuses manifestations d'hostilité à l'égard de ce « perturbateur », Joseph Schumpeter va jusqu'à parler de l'« *agression physique* » dont il peut être victime. Voir SCHUMPETER Joseph A., 1965 [1942], *Op. Cit.*, p. 161.

² SCHUMPETER Joseph A., 1935 [1911], *Op. Cit.*, p. 92.

³ *Ibid.*, p. 103.

⁴ BRETON Yves, 1984, *Op. Cit.*, p. 256.

⁵ SCHUMPETER Joseph A., 1935 [1911], *Ibid.*, p. 104.

bien là de motivations qui sont étrangères aux lois de la raison économique¹. Même si cette étude des mobiles de l'entrepreneur ne représente que quelques pages dans l'œuvre de Schumpeter, elle a le mérite de poser les bases d'une remise en question de l'interprétation des conduites des agents économiques en termes de rationalité purement instrumentale de l'économie orthodoxe.

Comme le souligne Yves Breton, l'une des principales critiques que l'on peut formuler à la théorie de l'entrepreneur de Joseph Schumpeter est de rester « muette » sur les origines sociales de l'entrepreneur et de n'offrir que peu de réponses à la question suivante : qui est l'entrepreneur ?². On peut d'ailleurs y voir un effet de contexte puisqu'il insiste sur le fait que la substitution croissante du « capitalisme de petites unités » au profit d'un « capitalisme de grandes unités » rend de plus en plus difficile l'identification de l'entrepreneur en tant qu'individu au moment même où il en décrit paradoxalement le rôle pourtant central dans l'évolution économique. Comme nous l'avons vu, cela le conduira même à prédire sa disparition probable dans ses derniers écrits. Conscient des limites de sa théorie en la matière, Joseph Schumpeter élabore à la fin de sa vie un programme de recherche centré sur l'entrepreneur visant à éclaircir ces zones d'ombres³. Il fixe cette « grande et profitable tâche » aux historiens économistes qui ne le suivront pourtant guère dans cette démarche⁴.

La « théorie de l'entrepreneur » de Joseph Schumpeter sera principalement poursuivie par les économistes de l'école autrichienne – dans laquelle il occupe une place à part – tels Ludwig von Mises, Friedrich Von Hayek ou encore Israël Kirzner qui ont en commun d'adopter une approche hétérodoxe et très libérale de l'économie. Laissant de côté l'étude des mobiles de l'entrepreneur amorcée par Joseph Schumpeter, ces économistes autrichiens vont se concentrer quant à eux sur l'analyse de sa fonction de gestion de l'incertitude dans l'évolution du marché, réhabilitant le rapprochement fait entre entrepreneur et prise de risque fait par Richard Cantillon deux siècles plus tôt. L'entrepreneur est alors essentiellement décrit à travers sa capacité à identifier et à saisir les opportunités avant les autres.

¹ Afin de ne pas prêter à confusion, la notion de rationalité économique est entendue dans une acception proche de celle de rationalité instrumentale définie par Max WEBER, c'est-à-dire comme un comportement guidé par l'intérêt personnel et par un calcul maximisateur de type coût/ bénéfice. L'*homo oeconomicus* étant par conséquent la figure anthropologique de l'homme dont l'action est orientée par ce type de rationalité économique.

² BRETON Yves, 1984, *Ibid.*

³ Il en formule les grandes lignes dans un article publié à la fin des années 1940 : SCHUMPETER Joseph A., « The Creative Response in Economic History », *Journal of Economic History*, 7, vol. 2, novembre 1947, pp. 149-159.

⁴ SCHUMPETER Joseph A., 1965 [1942], *Op. Cit.*

4. La fonction de gestion de l'incertitude de l'école autrichienne

Alors que l'entrepreneur est le grand absent de la pensée néoclassique, il est à l'inverse le personnage central de la pensée de l'école dite autrichienne qui place au centre de son analyse sa capacité à gérer l'incertitude. Dans cette approche, le rôle de l'entrepreneur sert à témoigner d'une conception de l'économie en mouvement dans un marché caractérisé par le déséquilibre, l'opacité de l'information et les évolutions liées au progrès technique, à l'opposé de la conception statique du marché de la pensée néoclassique. Bien que l'économiste américain Franck Knight ne puisse être directement attaché à l'école autrichienne, sa théorie de l'entrepreneur y est souvent associée, notamment dans la distinction qu'il opère entre les notions de *risque* et d'*incertitude*¹. Selon lui, la première désigne une situation où l'avenir est mesurable (dans le sens probabiliste) et la seconde une situation où, au contraire, rien n'est mesurable. Inscrivant son analyse dans un débat sur la légitimité de la rémunération des entrepreneurs, il défend ainsi l'idée que le profit que reçoit l'entrepreneur est une rétribution juste car il est précisément le produit de la gestion de l'incertitude marchande. Par ailleurs, il met en avant la capacité de jugement, d'intuition de l'entrepreneur qui, n'étant pas en mesure de prévoir en situation d'incertitude, arrive à anticiper l'évolution du marché et par conséquent à faire un profit. On peut d'ailleurs considérer que chez les économistes autrichiens la figure de l'entrepreneur se situe au cœur de la justification de l'interprétation des comportements des acteurs économiques à travers une approche qualifiée de « subjectiviste » qui leur permet notamment de remettre en cause les postulats de la rationalité maximisatrice de l'agent économique et d'un marché « mécanique » et statique issus de la pensée néoclassique².

L'entrepreneur-spéculateur

A la fin des années 1940, Ludwig von Mises pose les fondements théoriques de la pensée de cette école autrichienne en élaborant une théorie générale de l'activité humaine fondée sur la notion de « praxéologie »³. En distinguant cette dernière de la psychologie, il fait d'abord sortir du champ de l'économie la délicate question des mobiles de l'action engagée par Joseph Schumpeter : « Le domaine de notre science est l'action de l'homme, non les événements

¹ KNIGHT Franck H., *Risk, Uncertainty and Profit*, Cambridge, Harvard University Press, 1921.

² ZALIO Pierre-Paul, « Sociologie économique des entrepreneurs », in STEINER Philippe (Dir.), *Traité de sociologie économique*. Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 2013, pp. 601-634.

³ MISES Ludwig von, *L'action humaine*, Paris, PUF, 1985 [1949].

psychologiques qui aboutissent à une action. [...] Le thème de la psychologie est constitué par les événements intérieurs qui aboutissent, ou peuvent aboutir, à un certain acte. Le thème de la praxéologie est l'action en tant que telle »¹.

Ludwig von Mises s'oppose en outre au caractère omnipotent de l'acteur économique que véhicule implicitement la pensée néoclassique à travers son principe de rationalité maximisatrice : « L'économie s'occupe de l'homme réel, faible et sujet à erreur comme il l'est, et non d'êtres idéaux, omniscients et parfaits comme seuls pourraient l'être des dieux [...] C'est un fait que la raison humaine n'est pas infaillible, et que l'homme se trompe souvent dans le choix et l'application des moyens »². Alors que les néoclassiques ne voient qu'homogénéité dans les comportements des acteurs économiques, il défend l'idée que l'action s'accorde à une vision du monde plus subjective. Selon lui, chaque individu agit non seulement en fonction d'objectifs qui lui sont propres mais aussi de l'incertitude de ses choix, ce qui peut le conduire à se tromper³. L'action humaine a donc un caractère nécessairement spéculatif en ce sens que l'homme agit sans jamais pouvoir prédire totalement le résultat de son action : « L'incertitude de l'avenir est déjà impliquée dans la notion même d'action [...] Ainsi le résultat de l'action est toujours incertain. Agir est toujours une spéculation »⁴. Cette prise en compte de la temporalité de l'action à travers l'incertitude de l'avenir implique également de remettre en cause le principe d'une économie figée véhiculée par la pensée néoclassique. L'acteur ne pouvant pas disposer de toutes les informations nécessaires pour agir objectivement comme ce serait le cas dans un marché fictif de concurrence pure et parfaite, il doit donc obligatoirement spéculer.

Dans l'œuvre de Ludwig von Mises, le terme d'entrepreneur signifie « l'homme qui agit, vu exclusivement sous l'angle du caractère aléatoire inhérent à toute action »⁵. Mais si toute action est nécessairement une spéculation et tout acteur potentiellement un entrepreneur, certains tenteront de transformer cette incertitude en profit « économique ». Ces spéculateurs du monde économique sont désignés sous le terme particulier d'« entrepreneur-promoteur ». Leur activité spéculative consiste à faire des prévisions des probables changements dans les modes de consommation et à adapter leur production en conséquence. Pour réussir à faire un

¹ MISES Ludwig von, 1985 [1949], *Op. Cit.*, p. 14.

² *Ibid.*, p. 103 et p. 23.

³ On retrouve ici les bases du principe de « rationalité limitée » (*bounded rationality*) formulée plus tard par Herbert Simon. Voir plus particulièrement MARCH James G. et SIMON Herbert A., *Les Organisations*, Paris, Dunod, 1979 [1958], chapitre VI.

⁴ MISES Ludwig von, 1985 [1949], *Ibid.*, p. 111 et p. 267.

⁵ *Ibid.*, p. 267.

profit, l'entrepreneur doit donc faire preuve d'une plus grande capacité d'anticipation et de prévision que les autres : « L'idée d'entrepreneur qui réussit et produit du profit est précisément celle qui n'est pas venue à l'esprit de la majorité. Ce n'est pas une bonne prévision moyenne qui, par elle-même, procure des profits, c'est une prévision meilleure que celle des autres. La palme ne va qu'aux dissidents, à ceux qui ne se laissent pas entraîner par les erreurs acceptées par la multitude »¹. On retrouve d'ailleurs dans cet extrait l'idée présente également chez Joseph Schumpeter de l'entrepreneur perçu comme un déviant dont la conduite économique rompt avec les normes établies et le pousse à défendre une vision alternative de l'avenir à l'opposé d'un esprit moutonnier.

S'il n'est donc pas omnipotent, la description de l'entrepreneur faite par Ludwig von Mises lui confère tout de même un rang élevé dans la hiérarchie des acteurs économiques et un rôle majeur dans l'évolution économique : « ceux qui ont plus d'initiative, d'esprit aventureux, un coup d'œil plus prompt que la foule, les pionniers qui poussent et font avancer le progrès économique »². En effet, il est dans son idée un acteur du progrès économique puisque son action spéculative et novatrice participe à une meilleure satisfaction des besoins et des demandes des consommateurs.

Dans ce contexte d'incertitude, l'entrepreneur se distingue des autres agents économiques par la supériorité de sa capacité de jugement qui lui permet d'anticiper les demandes des consommateurs : « La mentalité des lanceurs d'affaires, des spéculateurs et des entrepreneurs n'est pas différente de celle de leurs congénères humains. Ils sont simplement supérieurs à la masse en pouvoir mental et en énergie. Ils sont les premiers de file sur la route du progrès matériel. Ils comprennent avant les autres qu'il y a un écart entre ce qui se fait et ce qui pourrait être fait »³. Cette vision de l'entrepreneur doué d'une capacité de jugement hors norme est à la base de la théorie de l'entrepreneur que formalisera plus tard son compatriote Israël Kirzner.

¹ MISES Ludwig von, 1985 [1949], *Ibid.*, pp. 918-919.

² *Ibid.*, p. 269.

³ *Ibid.*, p. 354.

La vigilance de l'entrepreneur

S'appuyant en grande partie sur les travaux de Ludwig von Mises, des auteurs comme Friedrich von Hayek et Israël Kirzner vont conceptualiser la fonction de l'entrepreneur à travers l'analyse de sa capacité à identifier et à saisir des opportunités. Prolongeant les réflexions de Ludwig von Mises sur l'incertitude, Friedrich von Hayek montre que dans un contexte d'ignorance dû en partie à la nature dispersée de l'information, c'est la capacité à maîtriser l'information qui devient primordiale pour tous les agents économiques et en particulier pour l'entrepreneur. Dans cette perspective d'inégale distribution de la connaissance c'est donc à travers leur capacité à identifier et exploiter l'information que certains individus vont accéder au statut d'entrepreneur. Chez les économistes autrichiens, l'entrepreneur bénéficie en effet de capacités particulières appelées « jugement », « intuition » ou « vigilance » qui lui permettent, mieux que les autres, de gérer les incertitudes du marché et de coordonner les informations pour saisir des opportunités de développement d'activités économiques « nouvelles ».

La position la plus emblématique de cette perception de l'entrepreneur reste celle d'Israël Kirzner à travers l'élaboration de son concept de « vigilance » (*alertness*) qui sert à traduire les qualités de « réactivité » et de « perspicacité » censées caractériser les entrepreneurs. Selon lui, l'entrepreneur se distingue donc des autres agents économiques par sa capacité à être « vigilant », c'est-à-dire son aptitude à détecter puis exploiter les opportunités qui peuvent se présenter à lui¹. On perçoit ainsi assez bien la filiation entre la notion de *vigilance* d'Israël Kirzner et de celle d'*intuition* de Ludwig von Mises ou encore de *jugement* de Frank Knight, qui servent toutes à expliquer la capacité de l'entrepreneur à identifier des opportunités que les autres ne voient pas. A l'origine des opportunités, il y a la découverte par l'entrepreneur d'avantageuses différences de prix dont l'existence est fondée sur l'ignorance de la relation exacte entre l'offre et la demande. Par son action, l'entrepreneur tend à réduire cette ignorance et remplit donc une fonction équilibrante dans le processus d'évolution du marché. S'appuyant sur les travaux de Friedrich von Hayek et sa définition du marché comme un système d'informations, Israël Kirzner décrit l'entrepreneur à travers sa fonction de coordination de l'information. Il assimile ainsi son rôle à celui d'un arbitre en tant que stabilisateur de l'activité économique.

¹ KIRZNER Israël, *Concurrence et esprit d'entreprise*, Paris, Economica, 2005 [1973].

Pour Pierre-Paul ZALIO les approches autrichiennes de l'entrepreneur se construisent en opposition à l'idée d'équilibre général des marchés de la théorie néoclassique et reviennent à le percevoir tout à la fois comme un « innovateur », un « arbitragiste » et un « acteur de l'imprévisible »¹. L'aspect le plus saillant des théories issues de l'école autrichienne est de s'intéresser à la manière dont l'entrepreneur accède aux informations qui lui permettent de saisir de nouvelles opportunités dans un environnement économique jugé complexe et incertain. C'est aussi le fondement de l'approche de la théorie de l'entrepreneur de Mark Casson² qui, outre une définition fonctionnelle finalement assez proche de celle de l'école autrichienne, élargit son analyse à la prise en compte du rôle joué par les réseaux sociaux dans l'accès à l'information.

5. La fonction de coordination des ressources et les facteurs sociaux de l'action entrepreneuriale

Dans la plupart des travaux économiques, l'analyse de la fonction de l'entrepreneur n'est souvent qu'un élément participant à l'élaboration de théories économiques à visée plus générale. Dans les années 1980, Mark Casson est l'un des premiers économistes à consacrer un ouvrage entier à la figure de l'entrepreneur. Partant du constat qu'il n'existe finalement « aucune théorie économique de l'entrepreneur bien établie »³, il tente de la renouveler à partir d'un retour critique sur les apports de ses prédécesseurs. Il leur reproche d'abord de s'appuyer sur une image héroïque de l'entrepreneur jugée largement stéréotypée, critique qui apparaît parfaitement fondée si on s'en tient aux extraits que nous avons présentés précédemment. Comme les représentants de l'école autrichienne, il critique aussi l'école néoclassique qui se cantonne, selon lui, à ne voir dans la prise de décision qu'une « simple application mécanique des règles mathématiques de l'optimisation »⁴. Il lui reproche également de s'appuyer sur une vision statique du marché où l'entrepreneur n'existe pas. L'école autrichienne n'est pas en reste puisqu'elle est taxée quant à elle de faire dans l'excès de subjectivisme en faisant de l'entrepreneur une « abstraction ». Cependant, il partage le même postulat théorique de départ qui consiste à reconnaître que les individus sont foncièrement différents dans leurs goûts et inégaux dans l'accès à l'information.

¹ ZALIO Pierre-Paul, 2014, *Op. Cit.*, pp 604-605.

² CASSON Mark, 1991 [1982], *Op. Cit.*

³ *Ibid.*, p. 9.

⁴ *Ibid.*, p. 9.

A partir de cette série de critiques, Mark Casson conclut qu'aucune description de la fonction de l'entrepreneur n'est pleinement satisfaisante. Il propose alors d'en offrir une nouvelle définition : « un entrepreneur est quelqu'un de spécialisé dans la prise (intuitive) de décisions (réfléchies) relatives à la coordination de ressources rares »¹. Selon lui, la fonction de l'entrepreneur consiste ainsi à prendre des décisions qui vont aboutir à une réallocation avantageuse des ressources en fonction de l'offre et de la demande. L'optimisation de cette affectation des ressources résulte de sa capacité à accéder à l'information. Dans une vision assez proche de celle de Jean-Baptiste Say, il dresse également le portrait d'un entrepreneur dont les qualités sont celles communément admises chez un « bon » manager : « connaissance de soi », « imagination », « connaissance pratique », « capacités d'analyse », « aptitude à la recherche », « prévision », « aptitude au calcul » et « aptitude à la communication »². La définition de la fonction de l'entrepreneur de Casson apparaît finalement comme un intermédiaire entre celle de Jean-Baptiste Say et celle de l'école autrichienne, ce qui ne l'empêche pas lui aussi de tomber dans une forme d'héroïsation lorsqu'il dresse la liste des qualités nécessaires à l'entrepreneur. Mais, c'est surtout en adoptant une approche plus descriptive de l'entrepreneur en tant qu'individu social que Mark Casson contribue véritablement à enrichir la théorie de l'entrepreneur à mon sens. Dans la deuxième partie de son ouvrage, il insiste en effet sur la nécessité pour la théorie économique de l'entrepreneur de prendre également en compte les facteurs sociaux qui déterminent la réussite de son action.

Selon lui, l'accès à l'information ne tient pas seulement à la possession de qualités personnelles, mais aussi aux réseaux de relations et à l'expérience professionnelle de l'entrepreneur. Il met ainsi en lumière le rôle fondamental des relations familiales, amicales et professionnelles de l'entrepreneur pour obtenir des informations, identifier des opportunités et financer ses projets. La famille, les relations tissées dans les organismes associatifs comme les clubs d'entreprises et l'expérience professionnelle antérieure sont décrites comme autant d'éléments déterminants pour la réussite de l'entrepreneur à court et à long terme. Il considère également le fait d'avoir fait des études supérieures comme une bonne manière d'établir des réseaux de relations (type réseaux d'anciens élèves) qui seront très utiles à l'entrepreneur lorsqu'il lancera son activité. En revanche, il n'y voit pas forcément un atout en termes d'acquisition de compétences par rapport à une formation sur le tas jugée plus utile dans les faits.

¹ CASSON Mark, 1991 [1982], *Op. Cit.*, p. 22.

² *Ibid.*, p. 27.

La prise en compte de ces dimensions sociales le conduit finalement à rejeter l'assimilation communément admise de l'entrepreneur à un *self made man*. Il considère en effet que les exigences nécessaires à la réussite entrepreneuriale telles « la possession d'un capital, de contacts sociaux, de qualifications formelles et de capacités personnelles »¹ sont autant de barrières économiques et sociales à l'entrée dans la fonction d'entrepreneur. En dernier lieu, il évoque la relation de l'engagement entrepreneurial avec certains facteurs religieux et ethniques, faisant explicitement référence aux travaux de Max Weber sur lesquels je reviendrai plus loin. Tout en admettant qu'il s'agit là d'éléments particulièrement importants pour comprendre l'engagement dans une carrière d'entrepreneur, il ne les développe pas considérant que « ce n'est pas forcément du ressort de l'économiste »². Dans les toutes dernières pages de son livre, Mark Casson défend ainsi l'idée que seule une approche véritablement pluridisciplinaire peut prétendre à appréhender le phénomène entrepreneuriale dans son ensemble : « la théorie de l'entrepreneur constitue le cas réellement particulier d'une théorie générale d'un processus économique et social »³.

A l'exception notable des analyses de Joseph Schumpeter et de Mark Casson, l'approche économique porte en elle-même deux principales limites. Le manque d'intérêt pour les mobiles qui guident l'action de l'entrepreneur constitue la première. La seconde réside dans une description de l'entrepreneur comme un être asocial et héroïque qui conduit implicitement à le percevoir comme un *self made man* et/ou un « surhomme ». S'intéressant plus à sa fonction dans l'économie au sens large, leurs préoccupations ne sont finalement ni de savoir qui est l'entrepreneur, ni pourquoi et comment on le devient, considérant à tort ou à raison que ces éléments sont extérieurs au champ de l'économie. Les économistes contemporains ont d'ailleurs eu plutôt tendance à déplacer leurs préoccupations de l'entrepreneur vers l'entreprise à travers l'élaboration d'une « théorie de la firme »⁴ ouvrant la voie à l'étude du champ de l'entrepreneuriat - que l'on peut définir dans un premier temps comme un terme synonyme de création d'entreprise - aux chercheurs en sciences de gestion. Les sciences de gestion sont généralement assimilées à la discipline économique et s'installent dans le paysage universitaire français dans les années 1960 même si elles restent encore largement attachées aux écoles de management, de commerce ou d'ingénieurs. La recherche en sciences de gestion est ici

¹ CASSON Mark, 1991 [1982], *Op. Cit.*, p. 328.

² *Ibid.*, p.332.

³ *Ibid.*, p. 361.

⁴ BAUDRY Bernard, *Économie de la firme*. Paris, La Découverte, « Repères », 2003.

mobilisée en raison de sa mainmise sur le domaine de l'entrepreneuriat depuis les années 1980. Leur approche de l'entrepreneur s'inscrit cependant en grande partie dans la lignée de celle des économistes en s'intéressant à l'entrepreneuriat principalement sous l'angle de l'entreprise perçue comme une organisation et non de l'entrepreneur ou du processus social qui a participé à sa création.

CHAPITRE 2

L'ENTREPRENEUR DANS LE CHAMP DE L'ENTREPRENEURIAT

Entre désintérêt et vision psychologisante

A partir des années 1980, les travaux sur la création d'entreprise, englobés sous le terme générique d'« entrepreneuriat » se sont multipliés en sciences de gestion. Le thème de l'entrepreneuriat offre une littérature très féconde, voire pléthorique, où les contributions scientifiques relèvent plus souvent de l'état de l'art que de l'analyse à proprement parler. Les approches mobilisées empruntent à de nombreuses disciplines (économie, management, gestion, psychologie et plus rarement à la sociologie). Elles ne permettent pas de dégager de consensus sur les concepts et les méthodes à utiliser pour étudier le phénomène de la création d'entreprise¹. C'est le constat que fait Patricia Thornton qui souligne au tournant des années 2000 que malgré son développement, le champ de l'entrepreneuriat souffre encore de l'absence d'un corpus de connaissances unifié². La délimitation même de ce domaine de recherche continue à faire débat. On se heurte ici à des problèmes de définition sur le sens que l'on doit accorder aux termes « entrepreneuriat » et « entrepreneur »³. On peut néanmoins y distinguer deux démarches sensiblement différentes d'aborder le phénomène entrepreneurial : celle des gestionnaires à proprement parler qui s'intéressent à l'aspect organisationnel de la création d'entreprise, et celle des psychologues qui s'intéressent à la personnalité de l'entrepreneur.

¹ Pour une présentation plus détaillée du champ de l'entrepreneuriat, voir FILION Louis-Jacques, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », *Revue Internationale PME*, vol. 10, n°2, 1997, pp. 129-172 ou GUYOT Jean-Luc, VAN ROMPAEY Barbara, « Entrepreneuriat et création d'entreprise : survey de la littérature et état de la recherche », *Discussion Paper n° 0201*, Service des Etudes et de la Statistique du Ministère de la Région Wallonne, Jambes, 2002.

² THORNTON Patricia H., « Sociology of Entrepreneurship », *Annual Reviews of Sociology*, 25, 1999, pp. 19-46. Le terme anglo-saxon d'*entrepreneurship* pourrait être traduit par celui d'entrepreneuriat qui a l'avantage d'englober les deux dimensions individuelle et organisationnelle du phénomène de la création d'entreprise. Nous préciserons les éléments de définition de ce terme plus amplement par la suite.

³ VÉRIN Hélène, 1982, *Op. Cit.*

1. Les problèmes de définition du champ de l'entrepreneuriat

Si l'on peut dans un premier temps entendre le terme « entrepreneuriat » comme un synonyme de création d'entreprise, l'aspect multidimensionnel de ce phénomène lui confère un caractère largement polysémique. Il est la traduction de la notion anglo-saxonne d'*entrepreneurship*, elle-même à double sens, désignant, selon le cas, l'initiative individuelle dans le sens subjectif d'esprit d'entreprendre ou la création d'entreprise dans son ensemble. Outre-Atlantique, ces deux définitions correspondent à deux approches du phénomène entrepreneurial : celle qui centre l'analyse sur l'entrepreneur lui-même appelée « approche par les traits » (*trait approach*) et celle qui privilégie l'étude du phénomène du point de vue de l'entreprise en tant qu'entité. Ce premier clivage a d'ailleurs suscité des débats animés entre gestionnaires et psychologues sur ce que devait recouvrir la notion d'*entrepreneurship* dans la communauté scientifique. Cette délimitation du champ s'est faite notamment par le biais d'articles aux titres évocateurs dans un débat ouvert entre James Carland, défenseur de l'approche centrée sur l'entrepreneur, et William Gartner, partisan d'une approche centrée sur le processus de création d'une entreprise perçue comme une organisation¹.

Le domaine d'étude de l'entrepreneuriat n'a donc rien d'un champ homogène². Au regard des publications récentes, il semble cependant que ce soit l'approche de William Gartner qui ait fini par emporter l'adhésion de la plupart des chercheurs en sciences de gestion aujourd'hui. Et si l'article de Scott Shane et Shankaran Venkataraman³ cherche à rompre l'opposition de ces approches⁴, force est de constater que l'étude de l'entrepreneur en tant qu'acteur social reste le parent pauvre du modèle « processuel » qu'ils défendent. Il existe évidemment des contre-exemples, notamment parmi les gestionnaires qui s'inscrivent dans la perspective dialogique entre individu et création de valeur, conception inspirée notamment des travaux fondateurs de Christian Bruyat⁵. On pourrait à titre d'exemple citer les travaux d'Emile-Michel Hernandez sur « les dimensions de la décision d'entreprendre » qui s'appuie sur

¹ CARLAND James W., HOY Franck, CARLAND Jo Ann, « Who is an entrepreneur? Is a question worth asking », *American Journal of Small Business*, spring, 1988, pp. 33-39 et GARTNER William B., « Who is an entrepreneur? Is the wrong question », *American Journal of Small Business*, summer, 1988, pp. 11-31.

² FILION Louis-Jacques, 1997, *Op. Cit.*

³ SHANE Scott, VENKATARAMAN Shankaran, « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, 2000, pp. 217-226.

⁴ CHABAUD Didier et MESSEGHEM Karim, « Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation », *Revue française de gestion*, 2010/7, N°206, pp. 93-112.

⁵ BRUYAT Christian, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Grenoble II, octobre 1993.

l'analyse de récits de vie de 40 créateurs d'entreprise. Ce dernier voit ainsi trois dimensions à l'œuvre dans la décision d'entreprendre : un « processus rationnel », une « logique d'action » et une « construction de sens »¹. Ce qui n'empêchera pas ce même auteur de publier deux ans plus tard un article adoptant une position sensiblement différente en plaidant cette fois pour un recentrage sur l'organisation, mais « sans occulter l'entrepreneur car bien évidemment l'organisation s'« organise » en fonction de l'entrepreneur, de sa singularité. En même temps que l'organisation émerge, l'entrepreneur émerge, apprend et évolue. Il se construit en construisant »².

2. L'approche processuelle des gestionnaires

Face à l'absence de définition véritablement partagée de ce que doit recouvrir le domaine d'étude de l'entrepreneuriat, certains chercheurs ont tenté de décomposer le phénomène entrepreneurial selon des types de questions qui renvoient à trois de ses dimensions : l'acteur (*who & why*), le processus (*how*) et le contexte (*where & when*)³. Cette manière pragmatique de présenter les choses n'en est pas moins révélatrice de l'étendue des questions que recouvre le phénomène entrepreneurial. Ainsi, pour Paul Reynolds, l'un des rares sociologues à s'être spécialisé sur ces questions, la sociologie ne peut d'ailleurs prétendre qu'à compléter les apports des autres disciplines⁴.

Dans la lignée de la position défendue par Scott Shane et Sankaran Venkataraman au début des années 2000⁵, beaucoup de gestionnaires semblent aujourd'hui s'accorder sur l'adoption d'une vision processuelle du phénomène entrepreneurial, comme le souligne Alain Fayolle : « Ce qui nous semble devoir caractériser l'évolution des recherches en entrepreneuriat au cours des dernières années est la réorientation du centre focal qui s'est déplacé de l'individu

¹ HERNANDEZ Émile-Michel, « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre », *Revue Française de Gestion*, N° 168-169, 2006, pp. 337-357.

² HERNANDEZ Émile-Michel, « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », *Revue française de gestion*, 2008/5 (n° 185), pp. 89-105, p. 90.

³ STEVENSON Howard H., JARILLO Carlos J., « A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management », *Strategic management journal*, vol. 11, 1990, pp. 17-27.

⁴ REYNOLDS Paul D., « Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 1990, pp. 47-70.

⁵ SHANE Scott, VENKATARAMAN Shankaran, 2000, *Op. Cit.*

vers le processus »¹. Mais c'est ici plus l'étude du processus d'« émergence organisationnelle » qui est visée que celui de l'engagement individuel dans une carrière entrepreneuriale. Et même lorsque ce courant s'intéresse à l'action de l'entrepreneur, cette dernière est perçue essentiellement en termes de capacité à saisir des opportunités dans la droite lignée des travaux des économistes de l'école autrichienne, comme chez William Bygrave et Charles Hofer : « le processus entrepreneurial concerne toutes les fonctions, les activités et les actions associées à l'identification d'opportunités et à la création d'organisations pour les exploiter »².

Même si de plus en plus de gestionnaires s'efforcent d'apprécier le phénomène de la création d'entreprise dans son ensemble, force est de constater que cela se fait souvent au détriment d'une analyse de l'entrepreneur en tant qu'acteur social. Je ne développerai donc pas ces travaux étant trop éloignés de la manière dont j'aborde le sujet dans cette thèse. Cependant, il demeure une longue tradition de travaux visant à caractériser la personnalité de l'entrepreneur chez les psychologues, travaux rassemblés sous l'appellation d'« approche par les traits » dont certains abordent la question des mobiles de l'entrepreneur entrevue chez Joseph Schumpeter. Cette approche n'est pas exempte de critiques. Certaines études laissent ainsi penser que les entrepreneurs auraient nécessairement des qualités « hors du commun », rappelant les dérives de l'héroïsation de l'entrepreneur des économistes. Ceci explique sûrement pourquoi la plupart des chercheurs œuvrant dans le champ d'entrepreneuriat ont préféré s'éloigner de cette approche, délaissant l'étude de la « personnalité » de l'entrepreneur, considérée comme une impasse, pour lui préférer celle peut-être plus objective de l'entreprise perçue comme une organisation. Il reste cependant difficile de prétendre analyser le processus entrepreneurial sans s'intéresser un tant soit peu aux trajectoires sociales des entrepreneurs et aux motifs de leur action. C'est pourquoi je proposerai dans cette thèse d'aborder cette question en termes de logiques d'action en m'appuyant sur la sociologie de l'expérience de François Dubet qui permet notamment de prendre en considération la réflexivité des acteurs pour comprendre leurs actions³.

¹ FAYOLLE Alain, « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », *CERAG*, n°32, 6^{ème} congrès international francophone sur la PME, octobre 2002, HEC Montréal.

² Selon ma propre traduction. Voir BYGRAVE William B., HOFER Charles W., « Theorizing About Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, no 2, winter 1991, pp. 13-22.

³ DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

3. L'approche par les traits des psychologues : une étude des motivations de l'entrepreneur

Les travaux fondateurs de David McClelland sur la relation entre besoin d'accomplissement et croissance économique¹ marquent le début d'une longue série d'études psychologiques sur les motivations de l'entrepreneur à partir des années 1960. Le problème reste que ce type d'approches a donné lieu à des résultats très variables. Les traits psychologiques associés à l'entrepreneur peuvent d'ailleurs difficilement être présentés de manière exhaustive tant ils sont nombreux. Cette démarche se heurte à l'incapacité d'identifier un ensemble de « traits » qui distinguent les entrepreneurs des non entrepreneurs et tend, par conséquent, à tomber dans la surenchère de typologies². Néanmoins, on peut identifier certaines caractéristiques de l'entrepreneur qui apparaissent de manière récurrente dans la plupart de ces travaux. Les principaux traits psychologiques des entrepreneurs sont alors exprimés en termes de « besoins » qui renvoient au désir de s'accomplir, de contrôler de son destin ou encore d'être indépendant. L'hypothèse de départ étant que ces types de besoins sans être totalement spécifiques aux entrepreneurs sont particulièrement prégnants chez eux.

Le besoin d'accomplissement des entrepreneurs

Parmi les études s'intéressant aux motivations de l'entrepreneur, celle menée dans les années 1960 par David McClelland sur le besoin d'accomplissement (*need for achievement*) continue de faire référence aujourd'hui. Alors que la compréhension du développement économique était jusque-là dévolue aux historiens de l'économie, il tente d'aborder le problème sous un angle plus psychologique mais aussi historique et sociologique. S'appuyant sur le travail pionnier d'Henry Murray sur les motivations³, il part de l'hypothèse que le besoin d'accomplissement, caractéristique de la classe des entrepreneurs, est un facteur de la croissance économique. Il est par ailleurs intéressant de noter qu'il inscrit son travail dans une sorte de prolongement du rapprochement entre éthique protestante et esprit du capitalisme formulée par Max Weber : « Il semble assez raisonnable d'interpréter la thèse de Weber sur la relation entre le protestantisme et l'avènement du capitalisme comme une révolution au sein de

¹ McCLELLAND David C., 1961, *Op. Cit.*

² FILION Louis-Jacques recense ainsi plus de 600 typologies d'entrepreneurs dans « Typologies d'entrepreneurs : Est-ce vraiment utile ? », in VERSTRAETE Thierry (Dir.), *Histoire d'entreprendre. Les réalités de l'Entrepreneuriat*, Editions Management et Société, 2000.

³ MURRAY Henry A., *Explorations in Personality*, New York, Oxford University Press, 1938.

la famille, conduisant de plus en plus d'enfants à interioriser fortement des motivations liées à l'accomplissement personnel (...) L'hypothèse selon laquelle le besoin d'accomplissement est associé à la croissance économique est dérivée d'une série historique particulière d'événements en Europe Occidentale – la Réforme Protestante et l'avènement du capitalisme. Cependant, dans sa forme générale, cette relation peut être appliquée à toute société et à tout moment »¹.

Bien qu'elle ne soit jamais clairement définie, la motivation liée à l'accomplissement personnel renvoie chez David McClelland au désir de réaliser une chose pour elle-même, plutôt que pour obtenir de la reconnaissance, du pouvoir ou encore de l'argent. Il différencie ainsi ce besoin d'accomplissement de deux autres besoins fondamentaux que sont le besoin d'appartenance (*need for affiliation*) caractéristique des employés et le besoin de pouvoir (*need for power*) caractéristique des managers. Pour le mesurer, il s'appuie sur une étude comparative entre quarante pays, et à différentes époques, en partant de l'analyse du contenu des « contes populaires » (*folk tales*) et de la littérature pour enfants, du type d'éducation parentale, ainsi que sur des tests psychologiques réalisés sur 750 hommes d'affaires dans quatre pays (Etats-Unis, Turquie, Italie et Pologne). Ainsi, selon lui, les sociétés qui ont connu un développement économique rapide – indice qu'il mesure entre autres à partir de la production d'électricité – sont celles qui promeuvent la motivation à l'accomplissement, en tant qu'expression du besoin de réussir, dans leur système de valeurs. Le lien entre les sociétés qui valorisent l'accomplissement personnel (*achieving societies*) et la croissance économique se traduit dans la formation d'une classe d'entrepreneurs plus déterminés à réussir qu'ailleurs : « Dans quelle mesure un niveau élevé du besoin d'accomplissement peut-il spécifiquement aboutir à un développement économique plus rapide ? Le lien est évidemment l'entrepreneur – l'homme qui organise la firme (l'entreprise) et/ou augmente sa capacité de production. En termes généraux, l'hypothèse est qu'une société dont le niveau général du besoin d'accomplissement est élevé va produire des entrepreneurs plus énergiques qui, en retour, participeront à un développement économique plus rapide »².

Dans une description finalement assez proche de celle des mobiles de l'entrepreneur de Joseph Schumpeter, David McClelland ne se limite cependant pas aux représentations d'un entrepreneur guidé uniquement par le besoin de reconnaissance, le goût du pouvoir ou l'appât

¹ McCLELLAND David C., 1961, *Op. Cit.*, p. 49 et p. 63. Les différentes citations extraites de cet ouvrage ont été traduites par mes soins.

² *Ibid.*, p. 205.

du gain. En outre, il récuse l'idée que l'entrepreneur se caractériserait par une forte propension à prendre des risques en montrant au contraire qu'il possède un goût du risque très modéré. Selon lui, les entrepreneurs cherchent autant à éviter les projets à faibles risques dont ils ne tireraient que peu de gratifications que ceux à hauts risques trop liés aux aléas du hasard et de la chance : « La motivation à l'accomplissement personnel devrait conduire les individus à privilégier les situations qui fournissent des défis modérés correspondant à leurs propres capacités afin d'être plus performants et d'avoir une plus grande confiance en leur chance de réussite. Cela devrait les rendre plus réticents lorsque les choses ne sont pas totalement sous leur contrôle, comme dans les jeux de hasard, et plus enthousiastes lorsqu'ils ont la possibilité d'influencer le résultat d'une série d'événements par leur propre action et de connaître concrètement les conséquences de leurs actions »¹.

Le besoin de contrôler son destin

Parmi les travaux qui font référence en matière de description des motivations des entrepreneurs on retrouve également ceux de Julian Rotter, là encore dans les années 1960, à travers son concept de *Locus of Control*, bien que ce dernier ne concerne pas spécifiquement l'étude des entrepreneurs au départ². Difficile à traduire en français, ce concept renvoie au sentiment qu'ont les individus de contrôler leur destin ou non. Julian Rotter explique ainsi que face à leurs actions ou aux événements qui affectent leurs vies de manière positive ou négative, les individus s'en attribuent la responsabilité (« *internal locus of control* ») ou au contraire l'imputent au hasard, à la destinée ou à tout autre élément extérieur (« *external locus of control* »). Il définit ce concept de la manière suivante : « quand un sujet perçoit un événement comme n'étant pas totalement déterminé par une certaine action de sa part, cet événement est perçu comme le résultat de la chance, du hasard, du destin ou comme le fait d'autres tout-puissants, ou bien encore totalement imprévisible en raison de la grande complexité des forces entourant l'individu. Quand l'individu perçoit l'événement de cette façon, nous dirons qu'il s'agit d'une croyance en un locus of control externe. Si, au contraire, la personne considère que l'événement dépend de son propre comportement ou de caractéristiques personnelles relativement stables, nous dirons qu'il s'agit d'une croyance en un locus of control interne »³.

¹ McCLELLAND David C, 1961, *Op. Cit.*, pp. 238-239.

² ROTTER Julian B., « Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement », *Psychological Monographs*, n°80, 1966, pp. 609-633.

³ *Ibid.*, p. 609. Selon la traduction de Nicole DUBOIS, *La psychologie du contrôle*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 1987.

Cette variable interroge finalement la tendance qu'ont les individus à penser qu'ils maîtrisent ou non ce qu'ils sont ou ce qu'ils font. En appliquant ce concept à l'étude des entrepreneurs, de nombreux travaux tendent à montrer qu'ils se caractérisent par un *locus of control* interne¹. On peut d'ailleurs en trouver une bonne illustration dans la référence récurrente au mythe du *self made man* dans le discours des entrepreneurs.

Le besoin d'autonomie : le modèle « push-pull »

Dans les années 1970, Albert Shapero va publier plusieurs études qui seront très largement reprises et commentées dans le champ de l'entrepreneuriat². Ces travaux tendent à montrer que les principaux mobiles de l'entrepreneur sont le besoin d'indépendance, l'aspiration à l'autonomie et la volonté d'être son propre patron. Son approche vise à expliquer les événements qui vont faire qu'un individu s'orientera vers la création de sa propre entreprise plutôt que de rester dans le salariat. En retraçant les parcours professionnels et personnels d'entrepreneurs, il a observé que la plupart d'entre eux ont subi une situation de « rupture » (*displacement*) dans leur vie. L'acte de créer une entreprise résulterait ainsi de la combinaison de quatre éléments : la situation précipitant l'acte entrepreneurial (1), les perceptions de désirabilité de l'acte (2) et de faisabilité de l'acte (3) – qui sont toutes les deux liées à l'environnement culturel, politique, économique et social – et une disposition psychologique propice à l'action (4). C'est ce qui l'amènera ensuite à définir le modèle dit « *push-pull* », qu'il développe avec Lisa Sokol au milieu des années 1980³. Selon cette théorie, les individus qui créent une entreprise le font tantôt pour des motivations « négatives » telles qu'un licenciement qui les pousseraient (*push*) à prendre en main leur propre destinée, tantôt pour des motivations « positives » telles que la recherche d'autonomie, un désir d'indépendance et de contrôle de leur environnement qui constitueraient des finalités suffisamment attractives pour les tirer (*pull*) hors de l'entreprise qui les emploie. S'appuyant sur ce modèle, beaucoup de travaux en entrepreneuriat considèrent que le fait de créer son propre emploi (*self-employment*) est la principale motivation à l'origine de la création d'une entreprise.

¹ Voir, par exemple, McGRAW Egbert et ROBICHAUD Yves, « Le concept de contrôle du destin et son influence sur le comportement entrepreneurial », *Revue Internationale PME*, vol. 8, n°2, 1995, pp. 79-97.

² SHAPERO Albert, « The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur », *Psychology Today*, novembre, 1975.

³ SHAPERO Albert, SOKOL Lisa, « The social dimensions of entrepreneurship », in Kent C., Sexton D., Vesper K. (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Engelwood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1982.

L'examen des traits de l'entrepreneur a l'avantage de reconnaître l'importance d'éléments psychologiques qui ne peuvent être ignorés dans une étude sur les motifs de l'action d'entreprendre. A ce titre, on peut citer l'approche psychanalytique de Manfred Kets de Vries¹ selon laquelle le comportement entrepreneurial serait le résultat d'expériences vécues dans l'enfance dans un environnement familial hostile qui ont conduit les individus à développer des personnalités déviantes. Dans la lignée de l'entrepreneur décrit par Joseph Schumpeter, Manfred Kets de Vries le définit comme une sorte de « *rebelle créatif* » qui a du mal à accepter l'autorité et le travail en équipe et sera par conséquent plus à même de s'installer à son compte. Il décrit par ailleurs son univers personnel comme caractérisé par le « besoin de tout contrôler », « la propension à la défiance » ou encore le « besoin d'être admiré »². Si l'approche sociologique ne peut se satisfaire de ce genre d'interprétations « psychologisantes », elles restent souvent mobilisées par les entrepreneurs eux-mêmes dans les justifications de leur engagement dans une carrière d'entrepreneur et sont donc dignes d'intérêt même si je montrerai en quoi elles méritent aussi d'être déconstruites dans les parties suivantes de cette thèse.

L'approche par les traits a pour principal inconvénient de se heurter à l'incapacité d'identifier des traits véritablement typiques permettant de distinguer les entrepreneurs des non entrepreneurs. Les différents travaux adoptant cette perspective ont, par conséquent, tendance à faire dans la surenchère lorsqu'il s'agit de présenter les qualités ou les capacités « spécifiques » de l'entrepreneur. Face aux difficultés à définir des caractéristiques psychologiques proprement discriminantes chez les entrepreneurs, ce type d'approche a subi de nombreuses critiques de la part des gestionnaires. Ainsi, William Gartner constate qu'un nombre croissant de traits et de caractéristiques a été attribué à l'entrepreneur au fil des années³. Il explique ainsi que si l'on devait recréer un profil psychologique de l'entrepreneur à partir de ces études, cela aboutirait à dépeindre un individu « *bigger than life* », plein de contradictions, et réciproquement, ayant tellement de qualités qu'il devrait être considéré comme une sorte de « surhomme ». Dès lors, selon Kelly Shaver et Linda Scott, il semble que l'idée que les traits

¹ Cet auteur reconnu pour ces études sur le leadership a la particularité d'être à la fois professeur de gestion et psychanalyste. Concernant ces travaux sur les entrepreneurs voir, par exemple, le chapitre intitulé « Anatomie de l'entrepreneur : observations cliniques » in KETS DE VRIES Manfred, *Combat contre l'irrationalité des managers*, Paris, Editions d'Organisation, 2002.

² KETS DE VRIES Manfred, « Le rebelle créatif » in *L'art d'entreprendre* supplément du journal *Les Echos*, septembre 1997.

³ GARTNER William B., 1988, *Op. Cit.*

psychologiques peuvent expliquer à eux seuls l'engagement dans une carrière d'entrepreneur ait été finalement abandonnée dès les années 1990¹.

Encore aujourd'hui, la définition de ce qu'est un entrepreneur pose problème, tant dans la manière de le caractériser que dans l'intérêt de le faire. Globalement, le champ de l'entrepreneuriat reste très largement dominé par des gestionnaires qui privilégient l'étude du processus entrepreneurial essentiellement du côté de l'entreprise dont on cherche à évaluer la performance. Débarrassée des préoccupations centrées sur l'étude de la personnalité de l'entrepreneur, la recherche en entrepreneuriat offre aujourd'hui toute la légitimité aux chercheurs en sciences de gestion pour appréhender le phénomène du côté de l'entreprise, délaissant aussi par la même occasion une approche sociologique de la compréhension des trajectoires sociales qui conduisent à s'engager dans une carrière d'entrepreneur. Comme les sociologues des organisations, les chercheurs en sciences de gestion ont tendance à privilégier l'étude de l'entrepreneuriat sous l'angle de l'entreprise perçue comme une organisation. Comme les économistes, ils se cantonnent à une approche fonctionnelle de l'entrepreneur dans lequel ils ne voient qu'un acteur purement rationnel ou stratégique, ce qui revient à peu près au même. En outre, leurs méthodes s'appuient très rarement sur des travaux empiriques qualitatifs, préférant souvent l'usage de données quantitatives, empruntant aux techniques de modélisation de l'économétrie, n'hésitant pas dans certains cas à tenter de mettre l'acte d'entreprendre en équation². Les psychologues ont cherché, quant à eux, à caractériser l'esprit d'entreprendre à travers des qualités, des traits psychologiques qui seraient propres à l'entrepreneur dans la perspective illusoire qu'il existe une « personnalité » entrepreneuriale.

La plupart des travaux des gestionnaires visent finalement à identifier les facteurs qui vont faire qu'une entreprise va se développer rapidement ou au contraire faire faillite, dans l'objectif de définir des modèles de bonne gestion et/ou de performance économique³. Les études des psychologues visent quant à elles à identifier le « potentiel entrepreneurial » d'un individu. Face au désintérêt relatif de l'économie et du champ de l'entrepreneuriat pour la figure de l'entrepreneur et les dérives de certaines approches par les traits (dont celle pourtant

¹ SHAVER Kelly G., SCOTT Linda R., « Person, Process, Choice: the psychology of new venture creation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n°1, 1992, pp. 23-45.

² VERSTRAETE Thierry, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 2001/1 (Vol. 1), pp. 5-23.

³ Le nombre conséquent de manuels « pratiques » à l'usage des futurs créateurs d'entreprise, écrits par des chercheurs en sciences de gestion qui y définissent les meilleures « stratégies » à suivre pour réussir un projet entrepreneurial, en témoigne.

fondatrice de Joseph Schumpeter) qui conduisent à le percevoir comme un acteur isolé, nécessairement innovant et héroïque, l'approche sociologique s'impose. Il convient donc maintenant de voir quels sont les apports des travaux sociologiques consacrés à l'entrepreneur et la manière dont ils ont participé à déconstruire un certain nombre de mythes et de stéréotypes qui leur sont associés.

CHAPITRE 3

L'ENTREPRENEUR EN SOCIOLOGIE Une figure sociale qui « ne va pas de soi »¹

La sociologie de l'entrepreneur trouve ses fondements au début du XX^{ème} siècle avec les travaux de Max Weber et Werner Sombart et leurs rapprochements respectifs entre l'esprit du capitalisme et l'éthique protestante pour le premier, et l'esprit bourgeois pour le second. Placée au centre de leurs analyses socio-historiques, la figure de l'entrepreneur n'a pourtant suscité qu'un intérêt limité chez les sociologues par la suite, avant de susciter un regain d'intérêt aux Etats-Unis, puis en France, à partir des années 1970. On peut d'ailleurs voir dans cette longue « traversée du désert » de l'entrepreneur dans la littérature scientifique une forme de réalisation des prédictions de Max Weber, Werner Sombart et Joseph Schumpeter, qui annonçaient eux-mêmes la fin de l'entrepreneur face à l'avènement du capitalisme managérial et de la grande entreprise bureaucratisée dans la première moitié du XX^{ème} siècle.

Comme l'explique Pierre-Paul ZALIO, la sociologie a longtemps négligé la figure de l'entrepreneur dans l'entreprise, lui préférant comme objets d'étude successifs le travail dans l'entreprise industrielle (sociologie du travail), l'entreprise perçue comme une organisation (sociologie des organisations) ou encore comme une institution sociale (sociologie de l'entreprise)². En France, la sociologie de l'entreprise se construit, dans les années 1950, autour d'une analyse critique de la rationalisation excessive du travail ouvrier issue du taylorisme. En concentrant son programme de recherche sur les conséquences du machinisme sur les ouvriers, la sociologie du travail naissante néglige les autres acteurs de l'entreprise, comme les dirigeants ou les fondateurs³. Par la suite, les travaux vont se focaliser sur le travail salarié en laissant là

¹ Selon la formule employée dans l'introduction du *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, 2014, *Op. Cit.*, p. 15.

² ZALIO Pierre-Paul, 2004, *Op. Cit.*

³ FRIEDMANN Georges, *Problèmes humains du machinisme industriel*, Paris, Gallimard, 1946. FRIEDMANN Georges, *Le travail en miettes*, Paris, Gallimard, 1956.

encore les entrepreneurs de côté. On peut citer ici les travaux de Renaud Sainsaulieu sur l'identité au travail¹, de Claude Dubar sur la socialisation professionnelle et la formation des groupes professionnels² ou encore ceux de Luc Boltanski sur les cadres³. Dans la lignée des travaux de Max Weber sur la bureaucratie, les sociologues vont, à partir des années 1960, s'intéresser à la forme bureaucratique de l'entreprise perçue comme une organisation, ce qui les conduira à se concentrer sur les grandes entreprises plutôt que sur les PME. On pense ici évidemment aux travaux de Michel Crozier⁴ en France ou encore ceux de John March et Herbert Simon dans le monde anglo-saxon⁵.

Ce type d'objet ne laisse là encore que peu de place à l'étude des entrepreneurs, que ces derniers soient associés aux fondateurs ou aux dirigeants de ces grandes entreprises. En effet, le ou les individus à l'origine de la création de ces grands conglomerats finissent le plus souvent par disparaître des organigrammes ou ne participent plus qu'indirectement à la vie de l'entreprise. Dans cette situation, l'entrepreneur perçu comme un créateur d'entreprise passe souvent au second plan, au profit du manager, personnage clé de la grande entreprise perçue comme une organisation. Ceci n'est qu'une illustration de ce que Pierre-Paul Zalio appelle « la dissociation entre propriété et pouvoir » qui amène à percevoir les dirigeants d'entreprise avant tout comme des « organisateurs »⁶.

Enfin, les analyses stratégiques de Michel Crozier et Erhard Friedberg concernent davantage les conduites de contournement des règles de l'organisation de la part des salariés que celles des dirigeants⁷. Au final, on constate que la sociologie a en quelque sorte suivi le mouvement du capitalisme allant vers la « dépersonnalisation » de l'entreprise à mesure qu'elle se bureaucratise. La figure centrale de l'entreprise et du capitalisme passe alors de l'entrepreneur au manager. Les travaux évoqués précédemment n'ont donc pas vocation à être développés ici étant trop éloignés de mon objet d'étude. Leur présentation reste cependant utile afin de comprendre pourquoi, depuis Max Weber et Werner Sombart, la sociologie a mis autant de temps à envisager l'entrepreneur et l'entrepreneuriat comme un objet d'étude digne d'intérêt.

¹ SAINSAULIEU Renaud, *L'identité au travail*, Paris, Presses de la FNSP, 1977.

² DUBAR Claude, *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, A. Colin, 1991.

³ BOLTANSKI Luc, *Les cadres. La formation d'un groupe professionnel*, Paris, Les éditions de minuit, 1982.

⁴ CROZIER Michel, 1964, *Op. Cit.*

⁵ MARCH James G. et SIMON Herbert A., 1979 [1958], *Op. Cit.*

⁶ ZALIO Pierre-Paul, 2004, *Op. Cit.*, à propos des travaux de BERLE Adolf et MEANS Gardiner, *The modern corporation and private property*, News Brunswick, N. J., Transactions Publishers, 1991.

⁷ CROZIER Michel, FRIEDBERG Erhard, *L'Acteur et le système*, Paris, Editions du Seuil, 1977.

En France, les études sociologiques sur les entrepreneurs, plutôt perçus à travers leur fonction de chefs d'entreprise que de créateurs d'entreprise, émergent seulement dans les années 1980, dans un contexte où le chômage de masse conduit à réhabiliter l'entreprise et en particulier les PME. A cette époque, Guy Minguet évoque déjà les problèmes liés au désintérêt de la sociologie pour cet objet : « Nous sommes conscients des lacunes actuelles concernant le milieu des entrepreneurs. [...] Il est urgent d'engager des travaux d'étude sur ce point »¹. Vœu apparemment resté pieu étant donné le très faible nombre d'enquêtes de terrain sur le sujet malgré le développement d'une sociologie du patronat dans les années 1990 sur laquelle je reviendrai plus loin. Comme le constate Benoît Raveleau, au début des années 2000, « *la figure de l'entrepreneur reste paradoxalement peu étudiée* » bien que les patrons de PME soient considérés comme des personnages clés dans la compréhension du développement économique local². Selon lui, la méconnaissance des PME et la diffusion d'une vision stéréotypée de l'entrepreneur décrit comme un pionnier et un aventurier, ont participé à ce relatif désintérêt. En outre, il identifie différents types d'obstacles allant des difficultés d'accès au terrain jusqu'à l'hégémonie des théories économiques sur ce thème comme autres explications du peu d'enquêtes sociologiques sur les entrepreneurs. Benoît Raveleau considère ainsi au tournant des années 2000 qu'« il n'existe pas actuellement de théorie sociologique de l'entrepreneur bien établie » faute de connaissances sociologiques suffisantes sur la trajectoire personnelle et professionnelle des entrepreneurs.

La plupart des travaux s'intéressant aux chefs d'entreprise s'insèrent quant à eux dans le champ lui-même relativement peu développé de la sociologie du patronat et participent implicitement à confondre la figure de l'entrepreneur avec celle du dirigeant. Il demeure pourtant une longue tradition de travaux sur l'entrepreneur dans la sociologie américaine, en particulier à travers l'étude du domaine spécifique de l'entrepreneuriat ethnique. En insistant sur le rôle du réseau communautaire pour accéder aux ressources nécessaires à l'engagement dans une carrière entrepreneuriale, ces travaux ont permis de mettre en lumière l'importance de la prise en compte du capital social de l'entrepreneur pour comprendre son action. C'est aussi l'un des préceptes de la théorie de l'« encastrement » (*embeddedness*) de Mark Granovetter³, dont on peut considérer qu'elle a grandement participé au renouveau de la sociologie

¹ MINGUET Guy, *Naissance de l'Anjou industriel*, Paris, L'Harmattan, 1985, p. 172.

² RAVELEAU Benoît, « Le métier de patron : du miracle au défi entrepreneurial vendéen » in PIOTET Françoise (Dir.), *La révolution des métiers*, Paris, PUF, 2002, pp. 249-288, p. 254.

³ GRANOVETTER Mark, 1985, *Op. Cit.*

économique d'une part et à la réhabilitation de la figure de l'entrepreneur d'autre part depuis les années 1980 aux Etats-Unis, puis en France plus récemment¹. Les contributions à l'étude de l'entrepreneur des chercheurs se rattachant au courant de la sociologie économique conduisent en effet à rompre définitivement avec la perception de l'acteur économique comme un acteur isolé en s'intéressant notamment à l'entrepreneur dont l'action économique est typiquement « encadrée » dans le social. Dès lors, on passe d'une représentation de l'entrepreneur comme un acteur historique à celle d'un entrepreneur « encadré » insistant sur l'importance de la prise en compte de ses réseaux de relations et des institutions qui encadrent son activité pour comprendre l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. La publication en France en 2014 d'un *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*² est une illustration de ce nouvel engouement des sociologues pour ce domaine d'étude et de la nécessité de mettre en lumière les apports de cette discipline à la compréhension du phénomène entrepreneurial.

1. L'éthique entrepreneuriale chez Max Weber

C'est à Max Weber que l'on doit la première étude proprement sociologique de l'entrepreneur. En rapprochant éthique protestante et esprit du capitalisme, il fait de l'entrepreneur un acteur social et historique³. Pour lui, la conduite de l'entrepreneur capitaliste moderne est caractérisée par la rationalité économique parce qu'il recherche le profit à travers une utilisation rationnelle des moyens de production. L'« esprit du capitalisme » est personnifié en amorce de son livre par Benjamin Franklin dont la motivation n'est ni de gagner de l'argent, ni même de le dépenser, mais avant de tout de l'accumuler : « celui qui assassine une pièce de cinq schillings détruit tout ce qu'elle aurait pu produire : des monceaux de livres sterling »⁴. Pour Max Weber, cet état d'esprit qui va à l'encontre du désir de dépenser son argent de façon

¹ Amorcée au début des années 1980 aux Etats-Unis, cette tendance s'est progressivement propagée dès les années 1990 en France, pays où l'on peut aujourd'hui percevoir les signes de l'institutionnalisation de ce champ ces dernières décennies : création d'un réseau thématique « Sociologie économique » au sein de l'Association Française de Sociologie (Dir. Pierre-Paul ZALIO), d'un Groupe De Recherche « Economie & Sociologie » (Dir. Philippe STEINER et VATIN François), publication de numéros spéciaux dans les revues de sociologie (*Revue Française de Sociologie*, vol. 38 (3), juillet-septembre, 1997 ; *Terrains & travaux*, N°4, Département de Sciences Sociales, ENS Cachan, 2003) et d'ouvrages consacrés à l'histoire du champ (GISLAIN Jean-Jacques, STEINER Philippe, *La sociologie économique : 1890-1920*, Paris, PUF, 1995 ; STEINER Philippe, *La sociologie économique*, Paris, La Découverte, Coll. « Repères », 2005 [1999]). Enfin, on peut citer la création en 2008 de la *Revue Française de Socio-économie*.

² CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, 2014, *Op. Cit.*

³ WEBER Max, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1964 [1904-1905].

⁴ *Ibid.*, p. 27.

ostentatoire, particulièrement présent chez les protestants, a été nécessaire à l'établissement et au développement du capitalisme, en tant que système économique basé sur un principe « rationnel » d'accumulation du capital.

L'organisation rationnelle du travail

Max Weber s'oppose cependant d'emblée à l'idée selon laquelle la recherche du profit serait une motivation spécifique de l'esprit du capitalisme : « La 'soif d'acquérir', la 'recherche du profit', de l'argent, de la plus grande quantité d'argent possible, n'ont en eux-mêmes rien à voir avec le capitalisme. [...] L'avidité d'un gain sans limite n'implique en rien le capitalisme, bien moins encore son 'esprit' »¹. Selon lui, le désir pécuniaire est propre à toute condition humaine. On retrouve d'ailleurs cet état d'esprit dans la période précapitaliste à travers une type d'entrepreneurs qui a toujours existé: les « aventuriers » qu'il apparente à des « spéculateurs » guidés par le seul appât du gain². En outre, Max Weber voit dans la recherche du profit une obligation économique liée à la rentabilité de l'entreprise : « Mais il est vrai que le capitalisme est identique à la recherche du profit, d'un profit toujours renouvelé, dans une entreprise continue, rationnelle et capitaliste – il est recherche de la rentabilité. Il y est obligé »³. A travers sa mise en relation entre éthique protestante et esprit du capitalisme, il cherche ainsi à montrer que le fait que la recherche du profit devienne autant un *moyen* qu'une *fin* marque le passage au capitalisme moderne.

Pour Max Weber, la spécificité de l'esprit du capitalisme réside dans un accroissement sans précédent de l'organisation rationnelle du travail. Il oppose ainsi le comportement purement spéculatif des aventuriers du précapitalisme à celui plus raisonné des bourgeois du capitalisme moderne : « ceux que l'on trouve à l'origine de ce tournant décisif, si insignifiant en apparence, mais qui insuffla un nouvel esprit à la vie économique, n'étaient pas des spéculateurs, des risque-tout sans scrupules, des aventuriers tels qu'il s'en rencontre à toutes les époques de l'histoire économique, ni même simplement de grands financiers. Au contraire, ces novateurs furent élevés à la dure école de la vie, calculateurs et audacieux à la fois, des hommes avant tout sobres et sûrs, perspicaces, entièrement dévoués à leur tâche, professant des opinions

¹ WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Op. Cit.*, p. 5.

² Idée que l'on retrouvera également chez Joseph Schumpeter : « Il (l'entrepreneur) ne vit pas pour jouir voluptueusement de ce qu'il a acquis ». Voir SCHUMPETER Joseph A., 1983 [1954], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 103.

³ WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Ibid.*, p. 5.

sévères et de stricts ‘principes’ bourgeois »¹. C’est principalement en Occident qu’on trouve la plus grande extension de l’organisation rationnelle de l’entreprise. L’émergence de cette nouvelle forme de capitalisme rationnel proprement occidental repose sur des facteurs juridiques (séparation entre propriété des entreprises et propriété personnelle), économiques (développement du progrès technique) et administratifs (comptabilité rationnelle basée sur « le calcul exact »). Mais pour Max Weber, ces conditions « objectives » ne suffisent pas à expliquer le développement du rationalisme économique en Occident. Son apparition dépend aussi de la faculté et des dispositions qu’a l’homme d’adopter certains types de conduite rationnels pratiques. Selon lui, le problème doit donc être également abordé en interrogeant la manière dont certaines croyances religieuses ont pu déterminer l’apparition de cette « mentalité économique » basée sur une accumulation rationnelle du capital. Mais plus que les dogmes religieux, ce sont les motivations psychologiques issues de ces croyances qui lui apparaissent comme déterminantes : « Ce qui pour nous importe n’est évidemment pas ce qui était théoriquement et officiellement enseigné dans les manuels de théologie morale du temps [...]. Ce qui nous intéresse est tout à fait différent : il s’agit de découvrir les motivations psychologiques qui avaient leur source dans les croyances et les pratiques religieuses qui traçaient à l’individu sa conduite et l’y maintenaient. Or ces motivations provenaient pour une grande part des représentations issues de ces croyances. »².

L’éthique rationnelle issue du protestantisme ascétique

S’appuyant sur des données statistiques montrant la surreprésentation des protestants dans les filières d’enseignement qui préparent aux études techniques et aux professions industrielles et commerciales³, Max Weber propose d’étudier les relations de « l’esprit de la vie économique moderne » avec l’éthique rationnelle du protestantisme ascétique. Ainsi, le cœur de sa thèse consiste à voir dans la Réforme protestante en Occident la genèse de l’éclosion d’un « éthos économique » favorable à l’essor de l’esprit du capitalisme fondé sur le principe d’accumulation du capital. Historiquement, il identifie les sources de ce protestantisme ascétique en Europe Occidentale principalement dans le calvinisme et dans une moindre mesure dans le méthodisme, le piétisme et les sectes baptistes. Selon lui, les dogmes de la prédestination

¹ WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Op. Cit.*, p. 43.

² *Ibid.*, p. 69.

³ Il s’appuie en particulier sur des statistiques portant sur la région de Bade. *Ibid.*, p. 19.

et de l'ascèse qui en sont issus se sont révélées être « le plus puissant levier » du développement de la recherche rationnelle du profit chez l'entrepreneur capitaliste moderne.

La Réforme protestante initiée par Luther au début du XVI^{ème} siècle instaure le principe fondamental du travail perçu comme une vocation (*beruf*). Mais, selon Max Weber, la relation entre luthérianisme et esprit du capitalisme s'arrête là. Le fait que Luther défende une « vision traditionnelle du métier » peut en effet être perçue comme un frein à la modernité. L'idée d'un devoir qui s'accomplit dans l'exercice d'un métier que l'on retrouve au fondement de toutes les formes de puritanisme n'en reste pas moins un principe fondamental du capitalisme moderne : « cette idée particulière – si familière pour nous aujourd'hui, mais en réalité si peu évidente – que le devoir s'accomplit dans l'exercice d'un métier, d'une profession, c'est l'idée caractéristique de l'« éthique sociale » de la civilisation capitaliste »¹. C'est un peu plus tard dans la réforme de la pratique du culte initiée par Calvin à travers le dogme de la prédestination que Max Weber voit la plus grande contribution à faire du travail une nouvelle valeur morale : « le but même de la vie, tel que Dieu l'a fixé »². Le principe de la prédestination participe du « désenchantement du monde », soit « l'élimination de la magie en tant que technique de salut »³. En faisant de la réussite intramondaine, c'est-à-dire terrestre, le signe d'une élection divine, ce dogme consacre la solitude spirituelle du protestant réformé qui ne doit plus son salut qu'à son seul esprit besogneux.

Plus généralement, c'est en valorisant un comportement ascétique, c'est-à-dire une conduite qui consiste à combattre en soi toute tendance à la jouissance personnelle et à l'égoïsme, que le puritanisme a participé à la promotion d'un mode de vie propice au développement du capitalisme. Ce principe ascétique a eu pour conséquence de débarrasser l'enrichissement de tout caractère immoral et donc de favoriser l'accumulation d'un capital qui se forme par « l'épargne forcée ascétique »⁴. En outre, en faisant du fait de « gaspiller son temps » le plus grave des péchés, le protestantisme a poussé ses fidèles à rationaliser non seulement leur travail mais « leur vie tout entière, à chaque instant, dans chaque action »⁵. L'extrait qui suit résume bien cette relation entre éthique protestante et esprit du capitalisme : « L'ascétisme protestant, agissant à l'intérieur du monde, s'opposa avec une grande efficacité à

¹ WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Op. Cit.*, p. 31.

² *Ibid.*, p. 136.

³ *Ibid.*, p. 91.

⁴ *Ibid.*, p. 153.

⁵ *Ibid.*, p. 92.

la jouissance spontanée des richesses et freina la consommation, notamment celle des objets de luxe. En revanche, il eut pour effet psychologique de débarrasser des inhibitions de l'éthique traditionaliste le désir d'acquérir. Il a rompu les chaînes qui entravaient pareille tendance à acquérir, non seulement en la légalisant, mais aussi, comme nous l'avons exposé, en la considérant comme directement voulue par Dieu »¹.

La sécularisation de l'ascétisme protestant

Tout au long de son ouvrage, Max Weber insiste cependant sur le fait que dans la période contemporaine le capitalisme, dans lequel il voit « la puissance la plus décisive de notre vie moderne »², n'a plus besoin du soutien d'un ascétisme protestant devenu séculaire : « ces profonds mouvements religieux – dont l'importance pour le développement économique tenait surtout à l'influence éducative de leur ascétisme – n'exerçaient, en général, leur plein effet sur l'économie qu'une fois retombée la vague de l'enthousiasme religieux »³. C'est ainsi qu'il formule en conclusion sa célèbre analogie de la « cage d'acier » à travers laquelle il cherche à montrer qu'en s'émancipant des principes purement religieux du protestantisme, le capitalisme moderne a fini par enfermer les hommes dans une sorte de pur matérialisme : « En même temps que l'ascétisme entreprenait de transformer le monde et d'y déployer toute son influence, les biens de ce monde acquéraient sur les hommes une puissance croissante et inéluctable, puissance telle qu'on n'en avait jamais connue auparavant »⁴. Dès lors, la poursuite individuelle du profit s'impose à l'homme moderne comme une obligation dont il n'a plus véritablement conscience : « Le puritain voulait être un homme besogneux – et nous sommes forcés de l'être [...] Fût-il pétri de bonne volonté, l'homme moderne est incapable d'accorder aux idées religieuses l'importance qu'elles méritent pour les conduites, la culture et le caractère national »⁵.

Pour finir, Max Weber décrit la recherche effrénée du profit de l'entrepreneur moderne comme relevant plus d'un comportement « sportif » purement agnostique que d'une valeur proprement religieuse : « l'idée d'accomplir son « devoir » à travers une besogne hante désormais notre vie, tel le spectre de croyances religieuses disparues. [...] Aux Etats-Unis, sur

¹ WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Op. Cit.*, p. 151.

² *Ibid.*, p. 5.

³ *Ibid.*, p. 156.

⁴ *Ibid.*, p. 161.

⁵ *Ibid.*, p. 162.

les lieux mêmes de son paroxysme, la poursuite de la richesse, dépouillée de son sens éthico-religieux, a tendance aujourd'hui à s'associer aux passions purement agonistiques, ce qui lui confère le plus souvent le caractère d'un sport »¹. Analogie avec le sport que l'on retrouve également chez Joseph Schumpeter lorsqu'il caractérise l'entrepreneur par la volonté du vainqueur : « Il aspire à la grandeur du profit comme à l'indice du succès – par absence souvent de tout autre indice – et comme à un arc de triomphe. L'activité économique entendue comme sport, course financière, plus encore combat de boxe »².

2. L'entrepreneur-bourgeois chez Werner Sombart

Bien qu'ils se soient beaucoup critiqués l'un l'autre, on retrouve de nombreuses affinités entre les approches de Max Weber et Werner Sombart sur la compréhension de l'éthique entrepreneuriale. Plus méconnue – et critiquée – que celle de Max Weber, l'analyse de Werner Sombart n'en est pas moins intéressante et offre une description peut-être même plus détaillée du comportement de l'entrepreneur. Comme son compatriote Max Weber, il s'est intéressé au « psychisme » de l'entrepreneur et aux conditions historiques de son apparition. Dans *Le Bourgeois*³, il procède à l'examen de la genèse de l'esprit capitaliste en cherchant au final à caractériser « l'homme économique moderne ». Il met ainsi à la base de l'étude de la vie économique et sociale ce qu'il appelle la « psychologie historique ». Pour Werner Sombart, l'esprit du capitalisme se compose d'une part de l'esprit d'entreprise et d'autre part de l'esprit bourgeois « sans la réunion desquels l'esprit capitaliste ne serait jamais né »⁴.

Esprit d'entreprise et vertus bourgeoises

Werner Sombart définit l'esprit d'entreprise comme « l'ensemble des qualités psychiques qu'exige l'heureuse réalisation d'une entreprise »⁵ soit plus précisément « une synthèse constituée par la passion de l'argent, par l'amour des aventures, par l'esprit d'invention,

¹ WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Op. Cit.*, p. 161.

² SCHUMPETER Joseph A., *Op. Cit.*, 1935 [1911], p. 105.

³ SOMBART Werner, *Le Bourgeois. Contribution à l'histoire morale et intellectuelle de l'homme économique moderne*, Paris, Payot, Coll. Les Classiques des sciences sociales, 1928 [1913].

⁴ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 1, *Ibid.*, p. 26.

⁵ *Ibid.*, p. 55.

etc. »¹. Les principales qualités qu'exige la réalisation d'une entreprise sont ainsi incarnées par un entrepreneur qui « doit toujours être à la fois un conquérant, un organisateur et un négociant »². En outre, il ajoute trois « qualités morales » que doit posséder l'entrepreneur capitaliste pour s'acquitter de sa fonction et qui définissent plus généralement le tempérament d'entrepreneur : « vivacité d'esprit », « perspicacité », « intelligence ». Selon lui, cet esprit d'entreprise préexiste au capitalisme et se caractérise principalement par l'« instinct d'acquisition ».

Il présente ainsi une grande variété de types d'entrepreneurs capitalistes qui correspondent aux différentes phases d'évolution du capitalisme. Il commence par les « formes primitives » du précapitalisme que sont « les flibustiers », « les seigneurs féodaux » et « les fonctionnaires d'état » pour qui le capital est avant tout un instrument de conquête et de domination. Puis, en s'imprégnant de l'esprit du capitalisme, il montre que ces entrepreneurs vont progressivement transformer leur activité économique en véritable entreprise capitaliste dans l'objectif d'en faire explicitement une source de revenus. Ce « nouvel » esprit d'entreprise est alors personnifié par « les spéculateurs », « les marchands » et « les artisans ». Ces derniers doivent posséder des qualités dont les premiers pouvaient se passer et que Werner Sombart résume en trois verbe : « savoir compter, calculer, épargner ».

Les vertus bourgeoises telles que « la prudence réfléchie, la circonspection qui calcule, la pondération raisonnable, l'esprit d'ordre et d'économie »³ jouent alors un rôle déterminant en fournissant le cadre moral dans lequel l'esprit d'entreprise a pu se développer. Pour Werner Sombart l'esprit bourgeois a « apprivoisé » l'esprit d'entreprise pour le mettre au service de la poursuite « raisonnable » d'objectifs purement capitalistes⁴. Le « bourgeois »⁵, dans lequel il voit plus « un type humain » que le représentant d'une classe sociale, se caractérise donc avant tout par la conduite rationnelle de son activité économique, « son esprit d'épargne » et « sa morale des affaires » guidée par la « loyauté commerciale ». En cela, l'esprit bourgeois de « l'homme qui thésaurise » guidé par l'intérêt économique s'oppose fondamentalement à celui du seigneur féodal, « l'homme qui dépense » guidé par l'intérêt érotique : « Nous pouvons dire,

¹ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 1, *Op. Cit.*, p. 26.

² *Ibid.*, p. 55.

³ *Ibid.*, p. 26.

⁴ PARSONS Talcott, « Capitalism In Recent German Literature: Sombart and Weber », *The Journal of Political Economy*, Vol. 36, No. 6, Dec. 1928, pp. 641-661.

⁵ En français dans le texte.

d'une façon générale, qu'entre un bon chef de maison, c'est-à-dire un bon bourgeois, et un tempérament érotique, de quelque degré qu'il soit, il existe une opposition irréductible. On considère comme la principale valeur de la vie, ou l'intérêt économique (au sens le plus large du mot) ou l'intérêt érotique. [...] Vivre pour l'économie, c'est épargner; vivre pour l'amour, c'est dépenser »¹. En outre, le bourgeois possède une « faculté de calcul » issue de l'exercice du métier de commerçant qui le pousse à bien tenir ses comptes : « Le commerce a en effet habitué l'homme à orienter son esprit vers la quantité, à concentrer son attention et son intérêt sur le côté quantitatif des choses »². Parce que la mentalité bourgeoise correspond bien au développement de la rationalisation de l'activité économique, il relie, au final, la figure du bourgeois à celle de l'entrepreneur capitaliste : « on retrouve le bourgeois dans tout entrepreneur capitaliste accompli »³.

Du bourgeois « vieux style » à l'homme économique moderne

Werner Sombart consacre également une longue partie de son analyse à montrer que ces vertus bourgeoises ne se sont pas imposées partout avec la même force. Ainsi, il fait remonter les fondements de l'esprit bourgeois aux comportements et attitudes des marchands florentins du XIV^{ème} siècle pour aller jusqu'à son incarnation la plus moderne dans les conduites de ceux qu'il appelle les « grands entrepreneurs » américains de la fin du XIX^{ème} et début du XX^{ème} siècle. Pour Sombart, il existe un processus historique de développement du capitalisme marqué notamment par une rationalisation toujours plus grande de l'activité économique avec l'avènement de la libre concurrence : « poussé d'une part par la nécessité de réaliser des profits, subissant d'autre part la pression de la concurrence, le sujet économique [...] est obligé de donner à son industrie une organisation aussi rationnelle que possible »⁴. Dans cette perspective, l'accumulation capitaliste est d'abord une condition nécessaire à la réussite de l'activité économique avant d'être une fin en soi : « l'entrepreneur désirent rendre ses affaires prospères est obligé de poursuivre le gain (alors même qu'il n'est pas tout à fait conscient de ce but) »⁵. Pour illustrer cette tendance historique au perfectionnement du rationalisme économique, Werner Sombart oppose le « calme » du bourgeois « *vieux style* » - dont les considérations morales et les comportements conservateurs ont empêché le libre

¹ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 23.

² *Ibid.*, p. 138.

³ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 1, *Op. Cit.*, p. 99.

⁴ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 2, *Ibid.*, p. 147.

⁵ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 1, *Ibid.*, 155.

épanouissement de l'amour du gain, de l'esprit d'entreprise et du rationalisme économique - à la « frénésie » de l'homme économique moderne, sans scrupules, motivé par le gain illimité.

Il définit cette tendance de l'homme économique moderne « à créer sans but ni raison, à créer le plus possible »¹ comme une véritable contrainte psychique. Werner Sombart compare ainsi la structure psychique de l'entrepreneur à celle d'un enfant caractérisée par les valeurs élémentaires que sont la grandeur, la nouveauté et le sentiment de puissance : « si l'on veut bien comprendre la structure psychique de l'entrepreneur moderne, ainsi que celle de l'homme moderne en général, de plus en plus envahi par le même esprit, on n'a qu'à évoquer le monde psychique de l'enfant, avec ses représentations et ses valeurs, et l'on s'aperçoit aussitôt que les mobiles qui déterminent l'activité souvent prodigieuse de celui-là ressemblent parfois étonnamment à ceux qui se dissimulent derrière l'agitation purement infantile »². Ce besoin quasi compulsif de créer, que l'on retrouve chez l'entrepreneur de Joseph Schumpeter, est alimenté par « un amour du gain pour le gain, c'est-à-dire porté à l'infini, ne connaissant pas de limites »³ que le développement sans précédent de la technique n'a fait qu'exacerber. Werner Sombart insiste en effet beaucoup sur le rôle joué par le progrès technique dans l'aspiration des entrepreneurs à l'infiniment grand : « Nous savons déjà que ce qui caractérise la technique moderne, c'est qu'elle ne tient aucun compte des limites naturelles, qu'elle ignore la mesure naturelle. Si l'entrepreneur veut se tenir au niveau des inventions de la technique (et il est obligé de le vouloir, poussé qu'il y est par la loi de la concurrence et par celle de l'accumulation de profits), il ne peut le faire qu'en étendant indéfiniment le volume de son entreprise »⁴.

Ce passage de l'esprit du « bourgeois de jadis » à l'esprit du « bourgeois d'aujourd'hui » marque un profond changement de valeur issu de l'extension du principe de rationalisation économique à tous les domaines de la vie : « Pour que le capitalisme pût s'épanouir, l'homme naturel, l'homme impulsif, devait disparaître et la vie, dans ce qu'elle a de spontané et d'original, céder la place à un mécanisme psychique spécifiquement rationnel : bref, l'épanouissement du capitalisme avait pour condition un renversement, une transmutation de toutes les valeurs. C'est de ce renversement, de cette transmutation des valeurs qu'est né cet être artificiel et ingénieux qui s'appelle *homo oeconomicus* [...] L'homme a cessé d'être ce qu'il a été jusqu'à la fin des

¹ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 134.

² SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 1, *Op. Cit.*, p. 158.

³ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 2, *Ibid.*, p. 119.

⁴ *Ibid.*, p. 150.

premières phases du capitalisme, c'est-à-dire la mesure de toutes choses. Le sujet économique ne pense plus qu'à deux choses : gagner le plus possible, faire prospérer ses affaires le plus possible »¹. L'esprit capitaliste a ainsi fini par transférer les vertus bourgeoises de l'entrepreneur à l'activité économique dans son ensemble : « au lieu d'être, comme jadis, des manifestations de la volonté personnelle, elles [les vertus bourgeoises] se sont objectivées en devenant des attributs ou, si l'on préfère, des rouages du mécanisme des affaires. Elles ont cessé d'être des propriétés inhérentes à des hommes vivants, pour devenir des principes objectifs de la conduite économique »².

Les sources de l'esprit capitaliste

Werner Sombart consacre également une grande partie de son analyse à présenter les éléments qui sont aux « sources de l'esprit capitaliste » et ont favorisé son développement selon lui. Il postule notamment l'existence de certaines prédispositions ethniques aux aptitudes capitalistes. Il cite ainsi en exemple les celtes, les florentins et les juifs. L'évocation du peuple juif le conduit ensuite à s'intéresser aux « forces morales » et aux influences religieuses qui sont aux sources de l'esprit capitaliste. Ainsi, à la différence de Max Weber, c'est dans le judaïsme plus que dans le protestantisme qu'il perçoit les préceptes religieux les plus favorables au développement de l'esprit capitaliste : « l'influence de la religion juive sur l'organisation et l'orientation de la vie en général, de la vie économique en particulier, fut plus décisive et plus profonde que celle de toute autre religion »³. Dans le processus de formation du capitalisme, les juifs dont la « tendance naturelle au gain illimité a été fortement encouragée par les enseignements de leur religion » ont joué, selon lui, « le rôle d'un catalyseur »⁴. C'est dans cette vision pour le moins caricaturale de juifs décrits comme des « marchands-nés » à travers « leur tendance naturelle au gain illimité » ou « leurs dispositions originelles à l'amour de l'argent » que certains verront dans l'œuvre de Werner Sombart des thèses alimentées par l'antisémitisme de l'époque⁵.

¹ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 1, *Ibid.*, p. 155.

² *Ibid.*, p. 167.

³ SOMBART Werner, 1929 [1913], Tome 2, *Op. Cit.*, p. 48.

⁴ *Ibid.*, p. 157. Il a d'ailleurs consacré un livre à cette relation entre judaïsme et capitalisme. Voir SOMBART Werner, *Les juifs et la vie économique*, Paris, Payot, 1923 [1911].

⁵ Les liens de Werner SOMBART avec l'idéologie nazie restent encore débattus. Voir notamment RAMMSTEDT Otthein, « Werner Sombart, la sociologie en Allemagne et la « sociologie allemande » », *Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques* [En ligne], 00 | 1988.

Il convient néanmoins de rappeler que pour Werner Sombart la recherche du gain est une fin en soi inhérente à l'esprit du capitalisme dans laquelle la religion ne joue qu'un rôle secondaire, comme il l'évoque en critiquant la thèse de Max Weber : « Ce n'est pas le puritanisme qui a entraîné l'entrepreneur dans le tourbillon de la vie des affaires : c'est au capitalisme que nous devons ce fait, et il n'a pu l'obtenir qu'après qu'eut été détruite la dernière barrière qui protégeait encore l'entrepreneur contre la chute dans l'abîme : le sentiment religieux. Il n'a pas besoin du sentiment du devoir pour trouver dans les “affaires” le seul et unique intérêt de sa vie »¹. Pour terminer, Werner Sombart décrit les conditions sociales qui ont également favorisé l'émergence et le développement du capitalisme comme les phénomènes migratoires et surtout le rôle fondamental joué par le développement sans précédent du progrès technique. Au final, il décrit le capitalisme moderne comme un « système doué d'une vie propre » qui « s'oppose au sujet économique avec une force autonome »².

Les travaux respectifs de Max Weber et Werner Sombart font émerger deux figures « idéal-typiques » de l'entrepreneur capitaliste moderne : le protestant et le bourgeois. Les deux auteurs partagent l'idée selon laquelle l'entrepreneur moderne se caractérise par la conduite rationnelle de son activité économique qu'elle soit issue des préceptes du calvinisme ou des vertus bourgeoises. Mais, contrairement à la pensée économique, leurs analyses montrent que la rationalité économique de l'entrepreneur n'est pas un postulat théorique mais une réalité socio-historique. Ils rejettent ainsi tous deux la réduction de la compréhension du comportement de l'entrepreneur à une simple conduite guidée par la maximisation de l'utilité. En rapprochant éthique religieuse et conduite économique, Max Weber montre en effet que rationalité instrumentale et rationalité axiologique sont toujours intimement liées.

Les travaux sur l'entrepreneur initiés par Max Weber et Werner Sombart ne seront pas nécessairement poursuivis en sociologie dans les décennies suivantes. Je parle bien ici de travaux portant spécifiquement sur la figure de l'entrepreneur et non sur l'« esprit du capitalisme ». En effet, l'ouvrage majeur de Luc Boltanski et Eve Chiapello sur *Le nouvel esprit du capitalisme*³ s'inscrit évidemment dans la lignée du travail de Max Weber. Mais en faisant

¹ SOMBART Werner, 1929 [1913], *Op. Cit.*, Tome 2, p. 153. Il convient cependant de rappeler que chez Max WEBER le calvinisme n'est qu'une condition favorable à l'essor du capitalisme et non à son origine.

² *Ibid.*, p. 148.

³ BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Eve, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

du *manager*, ou plus précisément du « discours managérial », l'incarnation de ce nouvel esprit du capitalisme, ils font d'une certaine manière sortir l'entrepreneur du cadre de l'analyse.

La revue de la littérature consacrée à l'entrepreneur en sociologie nous oblige donc à faire un saut dans le temps qui nous conduit à la fin des années 1970 en mobilisant les travaux sur le patronat en France et ceux plus spécifiques sur l'entrepreneuriat ethnique aux États-Unis. Il faudra ensuite attendre les années 2000 pour que s'ouvre une seconde période qui, à la faveur du renouveau de la sociologie économique, va faire que les sociologues vont plus largement s'intéresser à la figure de l'entrepreneur. Si les travaux consacrés en France au patronat sont plus récents que ceux relatifs à l'entrepreneuriat ethnique aux États-Unis, je les présenterai cependant en premier pour la clarté du propos. En effet, les travaux sur l'entrepreneuriat ethnique sont constitutifs de la « nouvelle » sociologie économique, et du concept d'encastrement (*embeddedness*) de Mark Granovetter¹, dont les préceptes ont servi en partie de socle pour les approches sociologiques de l'entrepreneuriat engagées dans les années 2000.

3. Une sociologie du patronat plutôt que de l'entrepreneuriat

Comme le fait remarquer Michel Bauer dans un article au titre évocateur publié au début des années 1990 : « pas de sociologie de l'entreprise sans sociologie de ses dirigeants »². Il critique ainsi la tendance générale qu'ont les sociologues à confondre les deux objets pourtant distincts que sont l'entreprise et l'entrepreneur³. En outre, Pierre-Paul Zalio montre qu'en se concentrant sur l'histoire de la représentation syndicale patronale⁴ et sur l'étude des dirigeants des grands groupes⁵, l'étude des entrepreneurs de PME a été délaissée. Plus qu'une étude du

¹ GRANOVETTER Mark, 1985, *Op. Cit.*

² BAUER Michel, « Pas de sociologie de l'entreprise sans sociologie de ses dirigeants », in SAINSAULIEU Renaud (Dir.), *L'entreprise, une affaire de société*, Paris, Presses de Sciences Po, 1992, pp. 147-174.

³ C'est ce qu'il appelle le « syndrome CNPF » du fait que plusieurs fois dans son histoire ce « Conseil National du Patronat Français » a envisagé de se rebaptiser et de se transformer en « Conseil National des Entreprises Françaises ». Syndrome qui aurait également frappé la gauche sociale et politique des années 1970 ainsi que les sociologues de l'entreprise. Il est à noter que depuis les écrits de Michel BAUER en 1992, le CNPF a finalement entériné cette confusion en devenant le MEDEF (Mouvements des entreprises de France) en octobre 1998.

⁴ BOURDIEU Pierre, DE SAINT-MARTIN Monique, « Le patronat », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°20-21, mars-avril 1978 ; GRESLE François, « Le patronat. Analyse et réflexions sur la littérature récente », *Revue française de sociologie*, Vol. 26, N° 4, pp. 661-694, 1985 ; AMIOT Michel, *Les misères du patronat. Le monde des petites et moyennes entreprises industrielles et de leurs patrons*, Paris, L'Harmattan, 1991.

⁵ BAUER Michel et BERTIN-MOUROT Bénédicte, *Les 200, Comment devient-on un grand patron ?*, Paris, Le Seuil, 1987 ; PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, Paris, Calmann-Lévy, 1999.

patronat, c'est aussi l'analyse de la classe dirigeante et plus largement de la bourgeoisie qui est visée, comme dans les travaux de Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot par exemple¹. La principale limite de ces travaux est de ne s'intéresser qu'aux « grands » patrons en faisant l'histoire des grandes dynasties industrielles. Ces enquêtes, comme les portraits d'entrepreneurs faits par des historiens², s'appuient souvent sur des études biographiques de ce qu'on appelle les « grandes familles » ou les « capitaines d'industrie »³. Ces contributions apportent toutefois des éléments importants de compréhension des parcours et trajectoires qui conduisent à devenir entrepreneur.

Le métier de patron

Après avoir lui-même étudié les grands patrons, Michel Bauer s'est ensuite penché sur ceux des Petites et moyennes entreprises (PME) au début des années 1990 dans un contexte de regain d'intérêt économique et politique pour ce type d'entreprises alors que les grandes entreprises concentraient jusque-là l'attention⁴. Il note d'une part que « dans ces petites entreprises, le pouvoir est presque toujours concentré dans les mains d'un seul homme » et d'autre part que « les patrons de PME sont presque toujours personnellement propriétaires de leur entreprise »⁵. Toutefois, son étude étant essentiellement axée sur les modalités de succession des entreprises familiales et les caractéristiques de la fonction de direction, ce n'est pas le processus de création de l'entreprise à proprement parler qui est interrogé. On retiendra tout de même la métaphore le conduisant à décrire les patrons de PME comme des « hommes à trois têtes » refusant de limiter l'interprétation de leurs comportements à une simple rationalité économique : « Un patron de PME fonctionne non seulement selon une rationalité économique, mais également selon une rationalité politique et selon une rationalité familiale. Son activité professionnelle [...] doit s'analyser comme le produit de cette triple rationalité »⁶. En référence à ces trois types de rationalité, il distingue ainsi trois logiques d'action qui guident le chef d'entreprise dans la transmission de son entreprise : « Sa tête d'*homo economicus* le pousse à

¹ PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, *Sociologie de la bourgeoisie*, Paris, La Découverte, Coll. Repères, 2000. Voir également BIRNBAUM Pierre et al., *La classe dirigeante française*, PUF, 1978.

² Voir par exemple MARSEILLE Jacques (Dir.), *Créateurs et création d'entreprise de la révolution industrielle à nos jours*, ADHE, Paris, 2000.

³ ZALIO Pierre-Paul, *Grandes familles de Marseille au XXème siècle. Enquête sur l'identité économique d'un territoire portuaire*, Paris, Belin, 1999.

⁴ BAUER Michel, *Les patrons de PME entre le pouvoir, l'entreprise et la famille*, Collection « L'entreprise », Paris, InterEditions, 1993.

⁵ *Ibid.*, p. 152.

⁶ BAUER Michel, 1993, *Op. Cit.*, p. 12.

vendre sa firme. Celle d'*homo politicus* le pousse à la conserver pour diriger sans partage. Et celle de *pater familias* le pousse plutôt à partager lentement ses responsabilités avec ses enfants »¹.

Partant du constat du dynamisme entrepreneurial du bocage vendéen, Benoît Raveleau s'est quant à lui penché au milieu des années 1990 sur la population des patrons de PME et de PMI de ce territoire, étude dont une synthèse des résultats est publiée dans l'ouvrage collectif *La révolution des métiers*, dirigé par Françoise Piotet². Il y critique d'emblée les études « hagiographiques » et les « visions stéréotypées » véhiculées par l'élite politico-économique locale consistant à présenter les chefs d'entreprise comme « des conquérants dotés de capacité d'ascète et de travailleur ». En dressant les profils de patrons qu'il qualifie au final de bien ordinaires, il tente de casser cette image dominante de l'entrepreneur « pionnier ». Il voit ainsi dans le contexte des années 1990, les signes de l'émergence de nouveaux profils d'entrepreneurs plus diplômés qui se distinguent des profils plus anciens d'autodidactes, comme l'a montré Monique de Saint-Martin en mettant en lumière le rôle grandissant des écoles de gestion dans la formation et la reproduction des élites³.

A partir d'une étude des parcours biographiques d'une quarantaine de créateurs et repreneurs d'entreprises locaux, il distingue quatre types ou « pôles » d'entrepreneurs⁴. Les *capitaines d'industrie* sont les pionniers de l'industrialisation locale, des *self made men* souvent présentés comme des emblèmes du « miracle économique » vendéen. Ils sont à la tête de grandes firmes et représentent les notables industriels de la région même s'ils ne constituent qu'une minorité du patronat local. Les *reproducteurs* qui poursuivent une activité antérieure que ce soit la leur ou celle d'un parent. Ils sont très présents dans les secteurs à vocation artisanale. Ils dirigent de petites entreprises et représentent la majeure partie du tissu des entrepreneurs locaux. Les *mutants* tranchent avec la figure traditionnelle de l'entrepreneur vendéen notamment par le fait qu'ils sont plus jeunes et mieux formés à la gestion d'entreprise par leurs études et leurs expériences professionnelles dans des grandes firmes. Il les décrit comme principalement animés par la volonté de maintenir leur indépendance. Enfin, les *créateurs* se distinguent du modèle de l'économie traditionnelle locale en développant des

¹ BAUER Michel, 1993, *Op. Cit.*, p. 29.

² RAVELEAU Benoît, 2002, *Op. Cit.*

³ DE SAINT MARTIN Monique, Les écoles de gestion et la formation des élites : actes du colloque, Maison Suger, 10 et 11 octobre 1996, Editions des Maisons des Sciences de l'Homme, 1997.

⁴ RAVELEAU Benoît, 2002, *Ibid.*, pp. 264-266.

activités innovantes en rupture avec celles de l'industrie dominante. Ces derniers créent des entreprises soit pour échapper au statut pesant de salarié (hiérarchie contraignante, jeu promotionnel obstrué, etc.), soit pour sortir d'une situation de crise (chômage, anticipation de licenciement).

Malgré cette hétérogénéité, Benoît Raveleau évoque l'existence de traits saillants dans les profils de ces entrepreneurs : « niveau de formation initiale plutôt faible, origine souvent modeste, préférence accordée à l'apprentissage sur le tas, expérience professionnelle souvent acquise dans l'entreprise familiale, recrutement essentiellement local des dirigeants, forte implication du patron dans tous les domaines de la vie de l'entreprise »¹. Reprenant les termes d'Emmanuel Chadeau, il identifie également une véritable « dialectique du risque » chez ces dirigeants d'entreprise vendéens². Mais parler de dialectique du risque ne revient pas nécessairement à associer entrepreneur et goût du risque. Au contraire, cette relation illustre, selon lui, une vision stéréotypée de l'entrepreneur qui consiste à sous-estimer les appuis sociaux de l'activité entrepreneuriale. Il insiste donc sur le fait que « les entrepreneurs interrogés n'ont rien de ces aventuriers si souvent décrits [...] l'évitement du risque est une constante chez eux comme ailleurs »³. Il rappelle en outre l'importance de la prise en compte du contexte : « la rationalité individuelle est inséparable de l'environnement institutionnel susceptible d'assurer un climat favorable au développement de l'esprit d'entreprise »⁴. Il voit ainsi dans des facteurs comme « la tradition artisanale de la région, la force du système d'interconnaissance, l'émulation, la perception gratifiante de la réussite économique »⁵, un ensemble d'éléments à même d'encourager l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. Les conduites des entrepreneurs sont aussi décrites selon un principe de mimétisme : « la réussite de l'entrepreneur innovateur incite ses concurrents à l'imiter par une sorte de phénomène cumulatif »⁶.

L'importance de la prise en compte de l'aspect contextuel ne fait pas de doute. Mais les éléments qui conduisent un individu à se lancer dans la création de sa propre entreprise sont aussi à chercher dans son histoire personnelle. Benoît Raveleau termine en effet la description

¹ RAVELEAU Benoît, 2002, *Op. Cit.*, p. 266.

² CHADEAU Emmanuel, *L'économie du risque, les entrepreneurs 1850-1980*, Paris, Orban, 1988.

³ RAVELEAU Benoît, 2002, *Ibid.*, p. 267.

⁴ *Ibid.*, pp. 255-256.

⁵ *Ibid.*, p. 268.

⁶ *Ibid.*

de son panel d'entrepreneurs en montrant que leurs comportements restent marqués par la contingence de leurs parcours et la pluralité des logiques qui guident leur actions : « si dans tous les cas nous voyons apparaître certaines constantes (prise de risque, innovation, héritage familial, etc.) celles-ci sont à chaque fois conjuguées différemment selon les circonstances et le déroulement de la vie professionnelle et extraprofessionnelle du chef d'entreprise »¹. Il reprend ainsi les trois types de « rationalités » décrites par Michel Bauer (économique, politique et familial), auxquels il en ajoute deux autres : une « logique de métier » qui les conduit à accorder une grande importance au travail artisanal et une « logique locale » qui montre l'importance qu'ils accordent aux retombées locales de leurs actions².

La naissance de la vocation de l'entrepreneur

Comme chez Michel Bauer, il est beaucoup question des logiques de transmission des entreprises dans le travail de Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot. Toute la première partie de leur ouvrage *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*³ s'intéresse cependant à la question fondamentale de la naissance de la vocation d'entrepreneur. Ils y accordent une attention particulière à ceux qu'ils nomment les « entrepreneurs de la première génération », c'est-à-dire « des agents sociaux qui, partis de rien ou presque, sont arrivés à des niveaux de fortune hors du commun »⁴. Ils cherchent ainsi à comprendre la genèse de la vocation entrepreneuriale et les logiques de transmission de la richesse économique.

Ils montrent d'abord que le succès économique « s'enracine » dans l'histoire familiale à travers l'intériorisation d'une culture entrepreneuriale marquée par le goût de l'indépendance et la valorisation du travail. Ils précisent néanmoins que la vocation entrepreneuriale ne relève pas d'un simple processus de reproduction sociale : « Les trajectoires ne sont pas toujours clairement liées aux ascendances et il arrive que les itinéraires paraissent plus hésitants [...] On ne peut donc ramener la vocation de façon simple à une origine sociale : les grands entrepreneurs ne sont pas nécessairement les enfants de petits entrepreneurs et les fonctionnaires n'engendrent pas seulement les salariés de la fonction publique »⁵. La réussite économique de ces entrepreneurs n'est pas non plus nécessairement corrélée à leur réussite

¹ RAVELEAU Benoît, 2002, *Op. Cit.*, p. 269.

² *Ibid.*, p. 270.

³ PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, 1999, *Op. Cit.*

⁴ *Ibid.*, p. 13.

⁵ *Ibid.*, p. 46.

scolaire : « La diversité dans les origines sociales des nouveaux entrepreneurs se retrouve aussi dans leur rapport à l'institution scolaire. Bons ou mauvais élèves se côtoient. [...] Le monde du patronat nouveau est fait d'autodidactes et d'énarques. Tout se passe comme si les facteurs déterminants de la réussite, de l'efficacité compétitive, se situaient en amont, en tout cas en dehors de l'institution scolaire elle-même. [...] La réussite dans le monde des affaires paraît donc peu liée aux vicissitudes scolaires et au niveau atteint dans le cursus des études »¹.

Leur étude démontre ainsi que la réussite économique et sociale relève « d'un processus qui conjugue une histoire individuelle, au principe de dispositions sociales et psychologiques, avec des conditions de pratique qui permettent à ces potentialités de se révéler ou qui les forcent à s'exprimer »². Il en résulte la description d'un groupe hétérogène marqué par la diversité des origines sociales et des parcours scolaires et professionnelles. La réussite économique et sociale se construit alors sur une combinaison particulière d'éléments subjectifs et de conditions objectives au sein de ces trajectoires singulières : « Les créateurs d'entreprise ont suivi des itinéraires très diversifiés et ils doivent leur bonne fortune, leur réussite à une interaction constante et dynamique entre leur personne, c'est à dire du social incorporé, une histoire psychique singulière, et les conditions de leur pratique, social objectivé en particulier dans l'économie »³.

Tout comme Max Weber, Werner Sombart et Joseph Schumpeter, Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot excluent l'appât du gain comme motivation première à l'engagement dans une carrière d'entrepreneur. On retrouve alors aux sources de l'engagement des entrepreneurs la volonté de prouver qu'ils étaient capables d'être les auteurs de leur propre vie : « à partir de blessures affectives, de traumatismes sociologiques, certains patrons ont eu à prouver et à se prouver qu'ils étaient capables d'autre chose que ce à quoi le destin semblait vouloir les condamner. Il y a une affirmation de la liberté contre les déterminismes sociaux et affectifs dans ces attitudes qui refusent de courber l'échine »⁴. Ils voient d'ailleurs dans le monde des affaires « le lieu où se prennent les revanches les plus éclatantes »⁵. Tous ces éléments correspondent à bien des égards aux récits de vie des entrepreneurs que j'ai rencontrés et dont je présenterai l'analyse détaillée dans la deuxième partie de cette thèse.

¹ PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, 1999, *Op. Cit.*, pp. 63-64.

² *Ibid.*, p. 52.

³ *Ibid.*, p. 68.

⁴ *Ibid.*, p. 47.

⁵ *Ibid.*, p. 48.

L'ethos entrepreneurial des patrons

Après avoir publié une série d'ouvrages consacrés au patronat sous l'angle collectif des organisations patronales, Michel Offerlé a coordonné en 2017 un ouvrage intitulé sobrement « Patrons en France »¹. Il s'agit d'une compilation de 36 entretiens réalisés par un collectif de 28 chercheurs et étudiants ayant pour la plupart participé à un séminaire animé par Michel Offerlé à l'ENS de l'Université Paris I entre 2013 et 2015. Les entretiens sont livrés de manière quasi brute avec en introduction des éléments de cadrage méthodologiques et théoriques. L'ouvrage a les défauts de ses qualités. Si l'on peut saluer l'initiative de donner à voir de manière qualitative l'expression d'un *ethos* entrepreneurial, la très grande variété des cas et des situations montre toute la difficulté à circonscrire la figure de l'entrepreneur qui n'est ici qu'une des incarnations de la catégorie elle-même très hétérogène de « patrons ». La variété des termes auxquels renvoie l'exercice d'auto-définition des interviewés en est la démonstration, comme le rappelle Michel Offerlé en conclusion : « Aucun de nos enquêtés ne s'accorde sur le terme « patron » – petit, moyen, grand (...) « employeur », « chef d'entreprise », « manager », « dirigeant », « haut dirigeant », « grand patron », « gérant », « directeur », « administrateur de sociétés », « entrepreneur », ou bien « industriel » petit ou grand, « travailleur indépendant », « artisan », « commerçant » – petit ou gros –, voire « aide familiale », qui sont les multiples désignations qui apparaissent dans nos entretiens »².

Les titres de certaines parties de l'ouvrage montrent cependant un intérêt pour la question entrepreneuriale (« trajectoires entrepreneuriales », « le puzzle du capital entrepreneurial »), les autres renvoient plutôt à la figure du patron et du dirigeant (« valeurs, goûts et opinions patronaux », « surfaces patronales », « diriger une entreprise »...), mais l'ouvrage dont l'ambition est plus empirique que théorique n'y apporte que des réponses partielles. La conclusion foisonnante est de nouveau l'illustration de la difficulté à définir l'entrepreneur et son action : « Ce peut être un truisme, mais la première conclusion de cette recherche est la diversité, voire l'incompatibilité des pratiques et des représentations dans le rôle de l'« entrepreneur » »³.

¹ OFFERLÉ Michel (Dir.), *Patrons en France*. Paris, La Découverte, « Hors collection Sciences Humaines », 2017.

² *Ibid.*, p. 577.

³ *Ibid.*, p. 584.

On peut tout de même retenir l'invitation faite par Michel Offerlé à privilégier une analyse en termes de trajectoires comme j'ai essayé de le faire dans mes travaux : « Les trajectoires entrepreneuriales et la manière d'approcher et d'endosser le rôle sont justiciables elles aussi d'un recours aux fondamentaux de l'analyse sociologique. À côté de l'illusion héroïque de l'entrepreneur innovateur, preneur de risques, il y a de multiples (bonnes ou illégitimes) raisons, prosaïques, de se mettre à son compte pour faire « entreprise », d'être entrepris, entreprenant ou entrepreneur. (...) Il faut donc plutôt interpréter les trajectoires entrepreneuriales en termes de carrière à la suite de la tradition beckerienne »¹. Bien que mon ambition soit d'étudier l'engagement dans une carrière d'entrepreneur en ciblant la catégorie des créateurs d'entreprise, et non celle sensiblement différente des « patrons », la démarche présentée ici reste somme toute assez proche de celle que j'ai choisi de mobiliser à travers la réalisation de 45 entretiens sous forme de récits de vie dont je présenterai les trajectoires dans la deuxième partie de la thèse.

Comme évoqué précédemment, à l'origine de l'ouvrage dirigé par Michel Offerlé, il y a l'ambition sociologique de déconstruire le mythe de l'entrepreneur solitaire en montrant la dimension éminemment collective de l'acte d'entreprendre : « On soulignera enfin que l'entrepreneuriat, sous ses diverses faces, est toujours une entreprise collective. Loin de la mythologie, parfois d'ailleurs reprise avec insistance dans nos entretiens, par des capitaines d'industrie ou des autodidactes faisant leur autopromotion, derrière toute entreprise se cache un ensemble d'acteurs qui rendent possible de manière visible ou invisible la tentative et/ou la réussite de telles entreprises. Le capital social (hérité, emprunté, accumulé dans les mondes d'interaction de l'« entrepreneur ») est un outil indispensable pour conforter ou suppléer le capital économique »².

Dans l'ensemble, les travaux des sociologues sur le milieu patronal tendent à remettre en cause la vision héroïque de l'entrepreneur assimilé à un *self made man*, mais en s'intéressant aux petits (un peu) et grands (surtout) patrons, c'est souvent plus une sociologie du métier de dirigeant que l'entrepreneur et de la création d'entreprise dont il s'agit.

¹ OFFERLÉ Michel (Dir.), 2017, *Op. Cit.*, p. 587.

² *Ibid.*, p. 27.

4. La dimension collective de la création d'entreprise

Parmi les premières enquêtes sociologiques consacrées spécifiquement aux créateurs d'entreprise, on peut citer celle pionnière d'une équipe de sociologues, constituée autour de José Arocena, Philippe Bernoux et Guy Minguet, au début des années 1980¹. Cette étude propose d'appréhender l'entrepreneur pleinement comme un acteur social. Bien qu'ils reconnaissent la diversité et la complexité des parcours des créateurs d'entreprise, ces auteurs identifient trois pôles qui composent leur « système d'action » : leur histoire personnelle, leurs réseaux de relations et leur parcours professionnel. Le « *pôle personnel* » renvoie à la biographie de l'entrepreneur et aux motivations qu'il développe en fonction de son vécu. Le « *pôle relationnel* » concerne les ressources issues de son environnement social à travers ses différents réseaux de relations. Le « *pôle professionnel* » caractérise quant à lui l'expérience professionnelle de l'entrepreneur. Bien que le poids de chacun des pôles ne soit pas forcément le même selon les cas, « toute création réussie – au moins dans une certaine mesure – prend nécessairement appui sur ces trois pôles »². Si le projet de création d'une entreprise trouve ses fondements dans l'histoire personnelle du créateur, ce sont sa capacité à mobiliser ses réseaux de relations et son expérience professionnelle qui vont lui permettre de le concrétiser.

Les auteurs dressent ainsi une typologie des « logiques entrepreneuriales » (reproduction, adaptation, conversion et mutation) selon que l'activité du créateur d'entreprise s'inscrit ou non dans la continuité de son expérience professionnelle antérieure (même clientèle ou non et même secteur d'activité ou non)³. Dans la « *logique de reproduction* », l'entrepreneur utilise autant son expérience professionnelle que son réseau de clientèle pour créer dans le même secteur d'activité que celui où il exerçait précédemment. Dans la « *logique d'adaptation* » le créateur s'appuie essentiellement sur son expérience professionnelle en restant là encore dans le même secteur d'activité mais en mobilisant de nouvelles relations pour trouver de nouveaux clients. Dans la « *logique de conversion* », c'est l'inverse qui se produit puisque le créateur conserve sa clientèle mais lui offre de nouveaux produits en développant une nouvelle activité. Enfin, dans la « *logique de mutation* », l'entrepreneur mobilise de nouveaux réseaux de relations pour se lancer dans une nouvelle activité

¹ AROCENA José et *al.*, « La création d'entreprise, un enjeu local », *La documentation française*, n°4709-4710, 1983.

² *Ibid.*, p. 65.

³ *Ibid.*, p. 47.

professionnelle en rupture avec sa précédente expérience. Selon les auteurs, les créateurs d'entreprise se répartissent pour l'essentiel dans les deux catégories extrêmes de « reproduction » et de « mutation », et en particulier dans la première. Dans le premier cas, c'est avant tout le changement de statut (de salarié à indépendant) qui est visé quitte à exercer dans le même type d'activité. Dans le second cas, c'est plutôt le changement de vie qui est recherché. Ne s'opposant pas forcément au principe de rationalité de l'entrepreneur notamment en termes de maximisation des ressources issues de ces relations sociales, les auteurs cherchent surtout à récuser l'idée selon laquelle on se lance seul dans l'aventure entrepreneuriale.

Dans la même lignée, Philippe Mustar s'attaque quant à lui plus explicitement à la représentation de l'entrepreneur schumpétérien en montrant, à partir de travaux sur les créations d'entreprises innovantes, que les entrepreneurs observés correspondent peu à l'image stéréotypée du « *rebelle isolé et créatif* » présentée par Joseph Schumpeter¹. Il décrit au final une démarche entrepreneuriale plus « collective » qu'individuelle du fait de l'insertion du créateur dans des réseaux familiaux, professionnels et institutionnels qui l'aident à mettre en place et à réaliser son projet.

C'est également sur cette remise en cause du mythe du *self made man* que s'appuient les travaux de Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis². Ils voient dans la figure du créateur d'entreprise contemporain un « entrepreneur socialisé » qui mobilise son capital social pour créer son propre emploi. Partant d'une relecture des travaux de Pierre Bourdieu, ils adaptent son concept de capital social afin de l'appliquer à la compréhension du comportement entrepreneurial. Ils le décomposent ainsi en trois sous-catégories. Le « *capital financier* » regroupe l'ensemble des ressources financières effectives ou potentielles (épargne propre, patrimoine familial, accès au crédit, etc.). Le « *capital-connaissances* » comprend l'ensemble des connaissances de l'entrepreneur, qu'elles proviennent d'un diplôme ou d'une expérience professionnelle (connaissances techniques, organisationnelles, économiques, etc.). Enfin, le « *capital-relations* » se compose de l'ensemble des relations personnelles, familiales et professionnelles mobilisables par l'entrepreneur pour mener son projet à bien. Selon ces

¹ MUSTAR Philippe, « L'entrepreneur schumpétérien a-t-il jamais existé ? », *Gérer et Comprendre. Annales des Mines*, mars 1994, pp. 30-37.

² BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, *La légende de l'entrepreneur. Le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Paris, La découverte/Syros, 1999.

auteurs, l'importance de ces trois composantes est déterminée par la place que l'entrepreneur occupe dans la hiérarchie sociale.

Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis distinguent ainsi trois profils-types d'entrepreneurs selon la nature du capital social qu'ils mobilisent pour créer leur entreprise. L'*entrepreneur technologique* se rapproche le plus de l'entrepreneur décrit par les économistes, et en particulier de l'entrepreneur schumpéterien, puisque la création de son entreprise repose sur une activité innovante. Il s'en différencie cependant par le fait que sa réussite doit beaucoup aux politiques publiques de soutien à l'innovation et des stratégies de sous-traitance des activités de « recherche et développement » des grandes entreprises. Il se situe selon eux au sommet de la hiérarchie sociale des entrepreneurs en termes de capital social. Il bénéficie en effet des ressources financières (patrimoine familial, accès au financement par le capital-risque, soutien institutionnel à l'innovation), des connaissances techniques (niveau de formation élevé) et des relations sociales et professionnelles nécessaires à la création de son entreprise. A l'autre extrémité de cette hiérarchie, on trouve l'*entrepreneur de proximité* dont l'engagement dans la création d'entreprise correspond plutôt à une démarche d'insertion professionnelle parce qu'il cherche avant tout à créer son propre emploi. Son activité se situe essentiellement dans les secteurs délaissés par le reste des entreprises, comme les services à la personne par exemple selon les auteurs. Ne bénéficiant que d'un capital social très limité, l'activité de l'entrepreneur dépend beaucoup du soutien institutionnel en matière d'aide à la création d'entreprise aux personnes en situation de précarité. A ces deux premiers types d'entrepreneurs, les auteurs en ajoutent un troisième : l'*entrepreneur traditionnel*. Il est incarné par le commerçant ou l'artisan et correspond quant à lui à une catégorie qui a toujours existé selon eux. Son activité est marquée par les pratiques corporatistes et une forte dépendance aux politiques de sous-traitance des grandes entreprises. Cette typologie a le mérite de mettre en lumière les logiques d'encastrement social de l'action entrepreneur à travers l'idée de capital social de Pierre Bourdieu¹, mais elle n'apporte en revanche que peu d'éléments de compréhension des trajectoires des créateurs d'entreprise et les logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur².

¹ BOURDIEU Pierre, « Le capital social », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 31, janvier 1980, pp. 2-3.

² L'ouvrage de Sophie BOUTILLIER et Dimitri UZUNIDIS marque cependant un moment important dans le champ de l'entrepreneuriat à la fin des années 1990 à travers sa tentative de dresser des ponts entre l'économie et la sociologie. Il offre en outre un remarquable de travail de synthèse de la littérature consacrée à l'entrepreneur en sciences économiques et sociales à travers une perspective historique qui m'a été très utile au moment d'engager cette revue de la littérature.

Les travaux qui viennent d'être présentés ont le mérite de rompre avec la vision de l'entrepreneur perçu comme un démiurge, mais ils n'offrent qu'une compréhension partielle des logiques de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur. C'est aussi aux travaux sur l'entrepreneuriat ethnique de la sociologie américaine et plus particulièrement à la « nouvelle sociologie économique » inspirée en partie du concept d'encastrement (*embeddedness*) de Mark Granovetter¹ que l'on doit la reconnaissance de l'entrepreneur comme un acteur social digne de l'intérêt pour les sociologues.

5. Le champ spécifique de l'entrepreneuriat ethnique

A l'instar des travaux de Max Weber et de Werner Sombart, Georg Simmel s'était déjà intéressé aux comportements entrepreneuriaux des minorités dès le début du XX^e siècle. Simmel interprète ainsi la tendance des juifs européens à s'engager dans le commerce comme étant intimement liée à leur statut d'étranger. A partir de cet exemple, il montre plus généralement que dans l'histoire de l'économie, l'étranger est souvent apparu comme un commerçant et inversement (*trader as a stranger*)². Pour Simmel, la surreprésentation des étrangers dans le commerce s'explique par le fait qu'ils tirent un bénéfice de leur statut d'étrangers dans l'exercice des affaires. Cette idée part du postulat que les liens de parenté et ethniques interféreraient avec les règles du monde des affaires. Ainsi, les commerçants « étrangers » à leurs clients auraient plus de facilités à conduire leurs affaires de manière objective n'ayant pas d'obligations particulières (rabais, crédits...) envers les autochtones. Fortement inspirés par les œuvres de Max Weber et Georg Simmel, les sociologues de l'école de Chicago, dont l'immigration était un des thèmes de prédilection, ont poursuivi l'étude des relations entre commerce et ethnicité. Déjà présent dans certains travaux de Louis Wirth et Robert Park, l'idée du « trader as a stranger » de Georg Simmel sera aussi formalisée par Howard Becker³. En s'intéressant plus particulièrement à la « classe intermédiaire des commerçants » (*middleman trading people*), il explique la surreprésentation des étrangers dans cette catégorie par la discrimination dont ils font l'objet sur le marché du travail. Ainsi

¹ GRANOVETTER Mark, 1985, *Op. Cit.*

² SIMMEL Georg, « Digression sur l'étranger » in GRAFMEYER Yves et JOSEPH Isaac, *L'École de Chicago*, Paris, Aubier, 1984, p. 54.

³ BECKER Howard S., *Man in Reciprocity*, New York, Frederick Praeger, 1956.

l'engagement des immigrés dans les carrières entrepreneuriales serait, selon lui, une réponse à la marginalisation dont ils font l'objet dans la société.

Les théories des minorités intermédiaires et de l'enclave ethnique

A partir du début des années 1970, les études concernant spécifiquement l'entrepreneuriat ethnique vont se multiplier essentiellement dans les pays nord-américains¹. Reprenant les travaux de l'école de Chicago, Edna Bonacich va élaborer une théorie des « minorités intermédiaires » (*middleman minorities*) pour expliquer le confinement des juifs ashkénazes émigrés en Europe centrale dans des activités économiques « intermédiaires » comme le commerce de détail². Leur positionnement en tant qu'intermédiaire serait dû à leur inscription dans un projet d'émigration perçu, au départ, comme temporaire. Ainsi, la perspective d'un retour au pays conduirait ces entrepreneurs immigrés à se cantonner dans des projets entrepreneuriaux modestes (petits commerces) et à conserver des liens forts avec leur communauté d'origine. Ce principe de solidarité interethnique serait par ailleurs d'autant plus fort que la société d'accueil est hostile à toute forme de repli communautaire. En élargissant sa théorie à d'autres communautés comme celle des japonais aux Etats-Unis, Edna Bonacich admet néanmoins que ces entrepreneurs peuvent être amenés à s'assimiler aux classes moyennes du pays d'accueil au cas où leur exil se prolongerait.

A l'inverse de cette perspective plutôt « assimilationniste », d'autres auteurs préfèrent voir dans l'entrepreneuriat ethnique un moyen de s'autonomiser du pays d'accueil où le désir d'entreprendre se fonde avant tout sur la volonté d'en faire bénéficier sa communauté. C'est notamment le cas dans la théorie de l'« économie d'enclave ethnique » développée par Alejandro Portes et Robert Bach, dans les années 1980, à partir de l'étude de la communauté cubaine de Miami³. L'enclave intracommunautaire fonctionne en parallèle du marché libre et offre un marché « protégé » où les entrepreneurs immigrants peuvent s'installer à leur compte en créant des entreprises ethniques. En s'appuyant principalement sur sa propre communauté, l'entrepreneur maximise l'accès aux ressources nécessaires à la réussite de son activité. La

¹ Pour une revue de la littérature sur ce thème voir WALDINGER Roger, ALDRICH Howard, WARD Robin, « Ethnic entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies » in SWEDBERG Richard, *Entrepreneurship : the social science view*, Oxford University Press, New York, 2000. Pour la France, voir MA MUNG Emmanuel, « L'entrepreneuriat ethnique en France », *Sociologie du travail*, vol. XXXVI, n°2, 1994.

² BONACICH Edna, « A Theory of Middleman Minorities », *American Sociological Review*, 38, 1973, pp. 583-594.

³ PORTES Alejandro, BACH Robert L., *Latin journey*, Berkeley, University of California Press, 1985.

principale différence entre cette théorie et la précédente est d'inverser les fondements de l'engagement entrepreneurial des groupes ethniques minoritaires. Ici, le « repli » communautaire relèverait plus d'une volonté, d'une stratégie économique que d'une contrainte.

Le modèle interactif

Partant du principe qu'aucune de ces théories ne peut s'appliquer universellement aux groupes des migrants, Roger Waldinger, Howard Aldrich et Robin Ward ont proposé, dans les années 1990, un modèle « interactif » suggérant que le choix de l'activité entrepreneuriale du migrant ne peut être expliqué que par la position du groupe ethnique de l'entrepreneur dans la société¹. Ainsi ce qui est vrai pour certaines catégories ethniques et dans certains pays d'accueil ne l'est pas forcément pour d'autres. Pour ces auteurs, ce sont surtout les stratégies d'utilisation des ressources qui permettent de différencier les entrepreneurs immigrés des autres entrepreneurs.

La plupart des chercheurs s'accordent en effet sur l'importance des solidarités ethniques dans la mobilisation des ressources nécessaires pour la création et le fonctionnement de l'entreprise. Ivan Light distingue ainsi les « ressources de classe », qui varient selon la position sociale des individus, des « ressources ethniques » dont peut disposer, en principe, l'ensemble du groupe ethnique en question². Ces dernières concernent plus particulièrement l'accès aux mécanismes de solidarité du groupe (réseaux d'associations, systèmes de financements type tontine, etc.), mais aussi à sa force de travail et sa demande potentielle de produits et de services spécifiques au marché intracommunautaire.

En élargissant le champ de son analyse au-delà des seuls entrepreneurs ethniques, Howard Aldrich et Catherine Zimmer ont mis en exergue le rôle fondamental des réseaux sociaux dans la création d'entreprise³, thème sur lequel je reviendrai un peu plus loin en présentant les travaux de Mark Granovetter. Howard Aldrich et Martha Martinez ont aussi

¹ WALDINGER Roger, ALDRICH Howard, WARD Robin, 2000, *Op. Cit.*

² LIGHT Ivan, « Immigrant and ethnic business », *Ethnic and Racial Studies*, 7, 1984, pp. 196-216.

³ ALDRICH Howard, ZIMMER Catherine, « Entrepreneurship through the social networks » in Donald L. SEXTON, Raymond W. SMILOR (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing Company, 1986, pp. 3-23.

participé à développer l'idée que l'entrepreneuriat est aussi une affaire d'équipes en mettant en lumière la manière dont se constitue les collectifs entrepreneuriaux¹.

On retiendra en outre de ces approches, l'idée que l'engagement dans une carrière ne tient pas nécessairement aux qualités de l'entrepreneur mais plutôt au fait que seuls certains groupes bénéficient de conditions et de dispositions favorables pour répondre aux opportunités de créer une entreprise².

L'entrepreneuriat ethnique en France

En France, les travaux sont plus récents et reposent notamment sur les enquêtes d'Emmanuel Ma Mung³ et Alain Tarrus. En s'appuyant plus particulièrement sur le cas des chinois de la région parisienne, Emmanuel Ma Mung développe l'idée que les activités entrepreneuriales peuvent participer dans ce cas d'une volonté d'autonomisation économique de cette communauté⁴. Il parle alors d'entreprises de reproduction identitaire. Selon lui, la volonté d'entreprendre des immigrants ne résulte pas uniquement d'une stratégie individuelle d'aspiration à une mobilité sociale mais aussi d'une forme d'action collective. L'insuffisance des données issues d'enquêtes relatives à l'entrepreneuriat ethnique en France, conduit néanmoins Emmanuel Ma Mung à insister sur la nécessité de les développer.

Alain Tarrus, dans son étude de la communauté maghrébine marseillaise montre quant à lui que les activités commerciales structurent l'espace résidentiel et participent d'une autonomisation non plus économique mais géographique⁵. Il s'appuie ainsi sur une étude des entrepreneurs commerçants et transporteurs du quartier de Belzunce. Le développement de ces activités économiques en relation avec le Maghreb révèle l'expression du fonctionnement des réseaux d'échanges et de transports qui recomposent le paysage urbain de la ville. Il insiste en

¹ ALDRICH Howard, MARTINEZ Martha, « Many Are Called But Few Are Chosen : An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory & Practice*, 25(4), Summer 2001, pp. 41-56.

² Pour une analyse synthétique de l'œuvre d'Howard ALDRICH, voir LEVY-TADJINE Thierry, « *Howard Aldrich – Une approche évolutionniste et sociale de l'entrepreneuriat* » in Karim MESSEGHEM (Dir.), *Les Grands Auteurs en Entrepreneuriat et PME*. Caen, EMS Editions, « Grands auteurs », 2015, pp. 463-475.

³ MA MUNG Emmanuel, 1994, *Op. Cit.*, pp. 185-209.

⁴ MA MUNG Emmanuel, *La diaspora chinoise, géographie d'une migration*, Paris, Editions Ophrys, 2000.

⁵ TARRUS Alain, *Arabes de France dans l'économie mondiale souterraine*, Marseille, Editions de l'Aube, 1992.

outre sur les effets des réseaux sociaux ethniques qui génèrent autant qu'ils produisent les activités.

Cette idée transversale d'un entrepreneur dont l'action est encadrée dans des réseaux communautaires va jouer un rôle fondamental dans la démonstration de l'intérêt et de la pertinence d'adopter une approche sociologique dans la compréhension de l'entrepreneuriat et plus largement des actions économiques. C'est en partie sur cet exemple de l'entrepreneuriat ethnique que va s'appuyer Mark Granovetter pour construire son concept d'encastrement¹. Ce concept va jouer un rôle déterminant dans la manière dont les sociologues vont s'emparer de la question entrepreneuriale par la suite.

6. Les apports de la sociologie économique et du concept d'encastrement à la théorie de l'entrepreneur

Les ouvrages de Richard Swedberg² aux Etats-Unis et de Jean-Jacques Gislain et Philippe Steiner³ en France doivent beaucoup à la redécouverte de ce courant qu'on appelle « sociologie économique ». Si ces auteurs ne s'accordent pas sur sa paternité⁴, ils sont plus ou moins d'accord pour voir dans les travaux de Wilfredo Pareto, Georg Simmel, Emile Durkheim, François Simiand, Joseph Schumpeter, Thorsten Veblen, Maurice Halbwachs et Max Weber, entre 1890 à 1920, les fondements de la sociologie économique. Les rapports tumultueux qu'entretiennent sociologie et économie remontent à la fin du XX^{ème} siècle lorsque sous fond de querelle de la méthode (*Methodenstreit*), la remise en cause des fondements mêmes de l'économie politique par Auguste Comte finit par sceller la séparation des deux disciplines. Les sociologues doivent alors laisser l'étude de l'économie aux économistes en se concentrant pour

¹ GRANOVETTER Mark, 1985, *Op. Cit.*

² SWEDBERG Richard, *Une histoire de la sociologie économique*, Paris, Desclée de Brouwer, 1994.

³ GISLAIN Jean-Jacques, STEINER Philippe, *La sociologie économique : 1890-1920*, Paris, PUF, 1995.

⁴ Bien qu'il soit l'un des pères fondateurs du marginalisme c'est aux travaux de l'économiste anglais Stanley JEVONS à la fin des années 1870 que Jean-Jacques GISLAIN et STEINER Philippe font remonter la naissance de la sociologie économique. Pour Richard SWEDBERG ce sera plutôt lorsque Max WEBER parle de ces travaux comme appartenant à de la « Sozialökonomie » au début du XX^{ème} siècle. Il cite également le fait qu'Emile DURKHEIM choisit d'en faire une section à part entière de l'*Année Sociologique* (qu'il confie à François SIMIAND) comme signe de son institutionnalisation.

leur part sur la description de la société dans son ensemble. La sociologie est alors qualifiée de manière péjorative de « science des restes »¹.

A cette époque, et alors que l'économie marginaliste est en passe de devenir le paradigme dominant en sciences économiques (révolution néo-classique), les contributions de ces auteurs ont pour point commun de rejeter le principe d'*homo oeconomicus* qui n'est autre que le corollaire du concept d'utilité marginale. La sociologie économique offre ainsi des alternatives aux analyses des faits économiques selon la seule logique des coûts. La notion de consommation ostentatoire (Veblen), la théorie des classes et des modes de vie (Halbwachs), la philosophie de l'argent (Simmel), les éléments non contractuels des contrats (Durkheim), l'importance des représentations sociales dans la formation des prix (Simiand), montrent, par exemple, que les objets économiques se rapportent aussi à des éléments proprement sociaux. Le rôle de l'entrepreneur schumpétérien ou la théorie des cycles (Pareto, Simiand) amènent quant à eux à analyser les déterminants sociaux de l'évolution économique. Enfin, l'influence de l'éthique (Weber) et des mobiles « irrationnels » de l'entrepreneur (Schumpeter) invitent à prendre en compte les dispositions morales, les objectifs non économiques des acteurs économiques pour comprendre leurs actions. Après 1920, il semble qu'il y ait eu une sorte d'épuisement de cette tradition² avant de renaître aux Etats-Unis au tournant des années 1980 avec notamment le programme de la « nouvelle sociologie économique » (NSE) défendu par Mark Granovetter³.

En affirmant la nécessité de prendre en compte certains déterminants sociaux dans l'analyse de l'action économique, Mark Granovetter avance trois propositions principales dans ce programme : l'action économique est une catégorie de l'action sociale (1) ; l'action économique est insérée dans des réseaux de relations personnelles (2) ; les institutions économiques sont des constructions sociales (3). La NSE invite également à tenir compte des buts non économiques de l'action économique comme la sociabilité, la reconnaissance sociale, le pouvoir ou encore le statut social⁴. L'insertion des individus et de leurs comportements dans des réseaux de relations est donc l'élément primordial de cette approche. Pour reprendre les

¹ STEINER Philippe, « Une histoire des relations entre économie et sociologie », *L'Économie politique*, 2001/4 (n° 12), pp. 32-45.

²A l'exception notable des travaux de Karl POLANYI, de N. SMELSER et Talcott PARSONS dans les années 1950.

³ Programme qu'il développe notamment in GRANOVETTER Mark, 1985, *Op. Cit.*

⁴ STEINER Philippe, 2005 [1999], *Op. Cit.*

termes de Pierre-Paul ZALIO et Ashveen Peerbaye, le postulat de départ de Mark Granovetter est de considérer que « les actions humaines, notamment économiques, ne sont pas sous-socialisées ou atomisées (...) elles ne sont pas non plus sur-socialisées mais encadrées dans des réseaux de relations personnelles »¹.

Le renouveau de la sociologie économique a ainsi permis l'émergence de nombreuses études sociologiques des faits économiques qui ouvrent la porte à une analyse sociologique de l'entrepreneur et de son action. La sociologie économique comporte de toute évidence une dimension critique de la théorie économique. Réaffirmer le primat du social sur l'économique, pourrait être ainsi considéré comme un moyen, pour les sociologues, de reprendre la main². Mais selon Philippe Steiner, le but de la sociologie économique n'est pas pour autant de réfuter l'intérêt de l'analyse économique³. Elle cherche, au contraire, à faire se rencontrer théories économiques et sociologiques plutôt que de les opposer. Il y a cependant une dimension indéniablement critique de la pensée économique orthodoxe dans cette injonction à mêler les concepts issus des deux disciplines : ne plus réduire la perception de l'acteur comme un être purement rationnel, l'*homo oeconomicus*, guidé par son seul intérêt et isolé socialement.

Les travaux de Mark Granovetter et plus particulièrement son concept d'encastrement (*embeddedness*) des activités économiques dans le social jouent donc un rôle central dans ce renouveau de la sociologie économique. C'est dans la lignée de ses travaux que s'inscrivent une bonne partie des études les plus récentes qui mettent l'accent sur l'idée que l'entrepreneur est bien un acteur socialisé dont l'action est encadrée dans des réseaux de relations qui servent d'appui à son activité entrepreneuriale⁴.

S'il a été popularisé par Mark Granovetter, on trouve les origines du concept d'« encastrement » chez Karl Polanyi⁵ qui dans un ouvrage déjà très commenté faisait de cette question de l'encastrement de l'action économique dans l'ensemble des actions sociales le problème fondamental que devait résoudre la théorie économique. Dans un article consacré à

¹ PEERBAYE Ashveen, ZALIO Pierre-Paul, « Introduction à « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs » de Mark Granovetter », *Terrains & travaux*, 2003/1 (n° 4), pp. 162-166, p. 162.

² C'est symboliquement le message que cherche à faire passer Mark GRANOVETTER lorsqu'il choisit de replacer en première position le terme « Société » dans le titre de son ouvrage de référence à l'inverse de ceux de Max WEBER [1921], de Talcott PARSONS [1956] et Neil SMELSER [1961].

³ STEINER, 2005 [1999], *Ibid.*

⁴ GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François, « Dynamique des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue française de sociologie*, 2008/3 (Vol. 49), pp. 585-612.

⁵ POLANYI Karl, *La grande transformation*, Gallimard, Paris, 1985 [1944].

la notion d'encastrement, Michel Grossetti¹ résume la manière dont Mark Granovetter formule le « problème de l'encastrement » par cette citation : « les acteurs [individuels] n'agissent ni ne décident comme des atomes en dehors de tout contexte social, pas plus qu'ils n'adhèrent servilement à des destins écrits pour eux par l'intersection des catégories sociales auxquelles ils appartiennent. Leurs tentatives d'actions intentionnelles sont plutôt encastées dans le système concret des relations sociales »². Il rappelle d'ailleurs que ce terme « n'a pas d'équivalent en français » même si la traduction d'*embeddedness* par « encastrement » a fini par s'imposer³. Il est vrai que le terme traduit mal la subtilité de cette métaphore qui invite à penser l'encastrement autant comme une « ressource » que comme une « contrainte » : « l'encastrement n'est ni une dissolution, ni un déterminisme, c'est une dépendance »⁴. C'est donc plus précisément cette tension entre autonomie et dépendance dont cherche à rendre compte la notion d'encastrement et son corollaire le « désencastrement », terme auquel on préférera celui de « découplage ». Michel Grossetti souligne ainsi que « l'encastrement n'est pas seulement un état de fait, c'est également un processus, tout comme sa réciproque le découplage »⁵. Si cette notion d'encastrement n'est pas dénuée d'ambiguïtés, elle garde « un pouvoir de suggestion » important, celui de rappeler que « l'activité économique dépend de logiques sociales plus générales »⁶. Ceci peut paraître une évidence pour certains, mais ce rappel n'est pas anodin tant l'approche économique de l'entrepreneur a participé à le dépendre comme un acteur isolé dont la capacité d'action tient d'abord à ses qualités hors du commun.

A partir d'analyses secondaires de diverses enquêtes relatives à l'entrepreneuriat ethnique (dont certaines ont été présentées plus haut), Mark Granovetter montre que le modèle de la réussite économique des entrepreneurs immigrants se construit sur un difficile équilibre entre encastrement (*embeddedness*) et découplage (*decoupling*) de leur activité entrepreneuriale au sein de la structure sociale⁷. Si les entrepreneurs ethniques bénéficient d'un certain avantage

¹ GROSSETTI Michel, « Note sur la notion d'encastrement », *SociologieS* [Online], Théories et recherche, 2015. URL: <https://journals.openedition.org/sociologies/4997>

² GRANOVETTER Mark, 1985, *Op. Cit.*, cité et traduit par Michel GROSSETTI in GROSSETTI Michel, 2015, *Op. Cit.*, p. 7.

³ GROSSETTI Michel, 2015, *Ibid.*, p. 1.

⁴ *Ibid.*, p. 3.

⁵ *Ibid.*, p. 6.

⁶ *Ibid.*, p. 8.

⁷ GRANOVETTER Mark, « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs (traduction d'Ashveen Peerbaye et Pierre-Paul Zalio) », *Terrains & travaux*, 2003/1 (n° 4), pp. 167-206. Traduction française de « The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs » in SWEDBERG Richard (Ed.), *Entrepreneurship: A Social Science View*, Oxford Management Readers, 2000, pp. 244-275 ; initialement publié in PORTES Alejandro (Ed.), *The Economic Sociology of Immigration*, Russel Sage Foundation, New York, 1995, pp. 128-165.

concurrentiel en ayant la possibilité de s'appuyer sur leur réseau communautaire lorsqu'il s'agit de lancer leur entreprise (marché intracommunautaire, accès aux financements, relations de confiance...), cet atout peut se transformer en coûteuses obligations lorsqu'il s'agit de la développer. Plus encore que l'accès à un certain nombre de ressources matérielles ou financières, c'est plus généralement l'établissement d'un climat favorable de confiance entre les membres d'un même groupe social qui est important. En effet, pour Mark Granovetter, ce sont les relations sociales qui engendrent la confiance dans la vie économique qui découle elle-même de l'appartenance à un groupe social. Mais selon le principe du « don-contre don », l'accès aux ressources du groupe amène aussi sa part d'obligations envers ce dernier (facilité de paiement, obligation d'embaucher de la main d'œuvre du groupe sans qu'elle soit nécessairement compétente, etc.). Ceci conduit ainsi à limiter les possibilités de « rationalisation » de la gestion et du développement des entreprises ethniques.

Mark Granovetter insiste en outre sur le fait que cet équilibre entre encastrement et découplage est « déterminé pour l'essentiel par des conditions économiques et sociales échappant aux individus, bien que ces derniers puissent les manipuler à la marge »¹. Cet équilibre dépend par conséquent beaucoup du contexte. La clé du succès de l'activité entrepreneuriale serait donc un contexte faisant émerger « un savant dosage entre d'une part une cohésion sociale suffisante pour faire appliquer des normes de moralité dans les affaires et créer une atmosphère de confiance, et d'autre part des circonstances qui limitent les revendications non économiques pesant sur une entreprise et freinant sa rationalisation »². Par la comparaison de différentes communautés ethniques à Java, aux Philippines et à Bali, Mark Granovetter démontre que seuls les chinois émigrés à Java sont dans la situation de bénéficier du soutien d'une communauté à la fois soudée et restreinte qui leur permet d'atteindre ce point d'équilibre entre « couplage » et « découplage ». Cependant, comme l'indiquent Gilles Bastin et Pierre-Paul Zalio, l'ambition de Mark Granovetter n'est pas de se cantonner à une analyse spécifique de l'entrepreneuriat ethnique mais plutôt d'aboutir à une théorie générale de l'action entrepreneuriale à partir d'une comparaison d'une grande variété de cas³. Son approche invite ainsi non seulement à mettre en lumière l'encastrement des activités économiques dans des

¹ GRANOVETTER Mark, 2003, *Op. Cit.*, pp. 204-205.

² *Ibid.*, p. 187.

³ BASTIN Gilles, ZALIO Pierre-Paul, « Enquêter sur l'activité économique (avant-propos) », *Terrains & travaux*, 2003/1 (n° 4), p. 3-5.

réseaux sociaux mais aussi plus largement à mettre en exergue « les facteurs non économiques et institutionnels de l'entrepreneuriat »¹.

Dans ces propres travaux, Pierre-Paul Zalio s'est attaché à montrer que l'activité entrepreneuriale réside pour l'essentiel dans la capacité des entrepreneurs à jouer de l'« hétérogénéité des scènes sociales » dans lesquelles ils sont engagés. A partir d'entretiens biographiques, il a pu reconstituer les carrières entrepreneuriales de 43 chefs d'entreprise à Marseille et au Havre, exerçant notamment dans le cadre d'activités portuaires. Il montre ainsi que « la latitude d'action sur laquelle s'appuient les entrepreneurs résulte précisément d'une pluralité de cadrages et d'appartenances sociales ; à l'opposition entre encastrement relationnel et marché, notre analyse substitue donc une opposition entre ancrage (ici sous la forme de l'ancrage local) et jeu sur des scènes différenciées d'acteurs (les fournisseurs, les marchés proches et lointains, les concurrents, les institutions du marché, l'environnement immédiat) »².

Si dans la lignée des travaux de Mark Granovetter, les sociologues comme les chercheurs en gestion se sont intéressés aux rôles joués par les relations interpersonnelles dans le processus de création d'entreprise, je ne présenterai ici que ceux des premiers. En effet, comme évoqué précédemment les travaux des gestionnaires souffrent de certaines lacunes qui s'accommodent assez mal de l'approche sociologique de l'entrepreneuriat que je cherche à développer. Dans un article de synthèse sur les apports de l'approche des réseaux sociaux à l'analyse des créations d'entreprises, Michel Grossetti et Jean-François Barthe rappellent en introduction certains de ces écueils des sciences de gestion dont le principal est de s'intéresser d'abord à la performance³. Ces travaux font en outre souvent la confusion entre les réseaux de relations des créateurs et ceux des organisations à proprement parler. On y observe également une sorte de « réductionnisme relationnel » qui consiste à s'intéresser quasiment uniquement à la manière dont sont mobilisées les relations interpersonnelles pour accéder à des ressources en laissant de côté les autres formes d'accès aux ressources et plus encore l'idée que celles-ci peuvent être perçues comme des contraintes. En outre, s'appuyant sur des méthodes d'analyse souvent statiques, elles ne permettent pas d'étudier les logiques d'encastrement et de découplage d'un point de vue processuel⁴.

¹ BASTIN Gilles, ZALIO Pierre-Paul, 2003, *Op. Cit.*, p. 4.

² ZALIO Pierre-Paul, « Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières : de l'étude des mondes patronaux à celle de la grammaire de l'activité entrepreneuriale », *Sociétés contemporaines*, 2007/4, pp. 59-82, p. 60.

³ GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François, 2008, *Op. Cit.*

⁴ *Ibid.*, p. 585.

7. Le monde des *start-up* au prisme de l'enquête sociologique

S'appuyant sur les notions d'encastrement et de découplage, Michel Grossetti, Jean-François Barthe et Nathalie Chauvac vont l'appliquer à l'étude du processus de création d'entreprises innovantes en France au tournant des années 2000, en cherchant donc à éviter les écueils des travaux en sciences de gestion évoqués plus haut. A partir d'une enquête menée auprès de 97 entreprises « réputées innovantes » créées entre 2000 et 2005 et situées principalement dans les métropoles de Toulouse, Bordeaux, Grenoble, les auteurs participent à déconstruire un certain nombre de stéréotypes sur le processus de création des *start-up* en France¹. S'il reste toujours difficile de caractériser l'innovation, ces entreprises sont qualifiées d'innovantes parce qu'elles ont été désignées comme telles par les organismes et dispositifs spécialisés dans le soutien et l'accompagnement à l'innovation². Si cette désignation les rattache à la catégorie fantasmée des *start-up*, l'analyse des histoires de la constitution de ces entreprises montre qu'elles sont finalement bien « ordinaires ». La méthodologie mobilisée est celle des « narrations quantifiées »³ à partir d'entretiens qualitatifs croisés et parfois reconduits dans le temps à retracer l'histoire de la création de l'entreprise et les premières années de son développement. A travers une analyse centrée principalement sur les tensions entre encastrement et découplage à l'œuvre dans le processus d'émergence d'une entreprise, les récits rétrospectifs des fondateurs sur la création de leur entreprise permettent de coder de manière systématique les séquences d'accès à des ressources qui peuvent être de types variés (informations et idées, conseils, partenaires, fournisseurs, locaux, technologie, instruments, recrutements, financements, clients, débouchés,...) et de qualifier le type d'appui ayant permis d'y accéder.

L'enquête montre ainsi un encastrement massif de ces entreprises innovantes dans le réseau des relations interpersonnelles des fondateurs au moment de l'élaboration et du démarrage du projet. Les entreprises vont cependant peu à peu se découpler de ce réseau relationnel des fondateurs en même temps qu'elles se développent et qu'elles se renforcent en

¹ GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François, CHAUVAC Nathalie, *Les Start-up, des entreprises comme les autres ? Une enquête sociologique en France*, Presses Sorbonne Université, Paris, 2018. J'ai participé à la constitution d'une partie du matériau empirique de cette enquête en réalisant 15 histoires d'entreprises innovantes installées dans l'ancienne région Aquitaine.

² Tels qu'Oséo (devenu BPI France en 2012), les pépinières d'entreprises, les incubateurs et encore les pôles de compétitivité régionaux.

³ Pour plus de détails sur cette méthode, voir GROSSETTI Michel, « Les narrations quantifiées. Une méthode mixte pour étudier des processus sociaux », *Terrains & travaux*, 2011/2 (n° 19), pp. 161-182.

tant qu'« organisation autonome », ce qui va les conduire à s'encastrent partiellement dans d'autres réseaux de relations économiques entre firmes. Dans le processus de création de ces entreprises, les auteurs distinguent différents « régimes d'activité » (projet, marché, crise, exploration, survie) qui peuvent être vus comme autant d'étapes de la vie de ces entreprises certaines basculant de l'une à l'autre pouvant donner lieu à des « reconfigurations des ressources et des perspectives » des entreprises. Si, sans surprise, les relations professionnelles jouent un rôle central dans l'élaboration et la mise en place du projet, les relations familiales et amicales occupent aussi une place importante dans l'accès aux ressources nécessaires à la concrétisation du projet entrepreneurial, comme je le montrerai dans la deuxième partie de cette thèse. Enfin, l'enquête montre que les logiques spatiales d'ancrage de ces entreprises innovantes tiennent moins à la mobilisation d'un capital social local visant à maximiser ses ressources qu'aux opportunités liées aux politiques et dispositifs locaux de soutien à l'innovation comme la présence de pôles de compétitivité ou encore d'incubateurs. Il s'agit là d'un point de divergence par rapport à ce que montre mes travaux, mais peut-être aussi d'une spécificité de ces entreprises « innovantes » qui sont largement tributaires des organismes d'accompagnement à l'innovation jusque dans leur désignation comme telles.

Plus encore que les logiques d'encastrement et de découplage de la création d'entreprises innovantes, c'est la caractérisation des profils de ceux qui en sont à l'origine qui intéresse plus particulièrement mon objet d'étude. Rappelant une nouvelle fois la dimension collective de l'aventure entrepreneuriale, cette enquête sociologique sur les *start-up* montre que dans la plupart des cas (les trois quarts), il n'y a pas un mais *des* fondateurs. La figure du chercheur, dont on peut considérer qu'elle a une place plus importante qu'ailleurs dans le cas des entreprises innovantes, montre que ceux qui peuvent être qualifiés de fondateurs ne se retrouvent pas nécessairement dans les organigrammes des entreprises une fois créées. Outre les chercheurs, les parcours antérieurs des fondateurs sont très variables entre ceux qui créent une entreprise tout en conservant leur emploi ; ceux qui créent une entreprise car leur emploi est menacé ou qu'ils viennent de perdre leur emploi ; ceux qui créent dans le cadre d'une mobilité géographique ; ou encore des salariés qui ont un emploi mais vont s'engager dans la création d'entreprise pour développer un projet innovant. Il y a enfin tous ceux qui créent alors qu'ils sont dans une situation d'emploi précaire ou en recherche d'emploi comme les jeunes diplômés par exemple.

Si l'analyse des situations qui conduisent à s'engager dans la création d'entreprise est ici plus fine, on retrouve l'idée déjà présente dans le modèle « push/pull » d'Albert Shapero et Lisa Sokol que le parcours qui conduit à l'engagement dans une carrière entrepreneuriale peut être interprété à travers l'identification d'une sorte de « bifurcation »¹. Face à la contingence de ces trajectoires, c'est l'instabilité qui règne chez ces « entrepreneurs de circonstances » : « la fondation d'une entreprise, même innovante, est donc assez rarement le résultat d'une prise de risque visionnaire d'une personne en situation stable, et nettement plus fréquemment une solution parmi d'autres pour quelqu'un qui se trouve en situation instable, voire parfois le dos au mur »². Cette enquête participe ainsi comme d'autres à défaire la mythologie qui entoure l'entrepreneur en montrant qu'on est loin « de l'image d'Epinal de l'entrepreneur ayant un projet clair né d'une vision »³. Elle permet plus largement de rompre avec la figure de l'entrepreneur isolé et héroïque schumpéterien y compris dans le champ des *start-up* qui s'attacherait pourtant le plus à son profil innovateur.

La récente thèse de Marion Flécher pose dans son titre la question de la pertinence de voir dans le monde des *start-up* « le nouveau visage du capitalisme »⁴. Son enquête située entre la France et les Etats-Unis participe non seulement à défaire la vision fantasmée de l'organisation du travail dans les *start-up* mais permet aussi, dans une analyse fine des trajectoires sociales, de déconstruire l'idéal méritocratique associé à la réussite sociale de ces « nouveaux entrepreneurs » dans un discours bercé par les illusions du mythe du *self made man*. Poursuivant et enrichissant l'analyse que j'avais engagé dans mon article sur les fondements des logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre⁵, Marion Flécher distingue trois logiques d'engagement dans l'entrepreneuriat : « une *logique d'affirmation de soi*, qu'ils manifestent par leur désir de se libérer du cadre de l'entreprise bureaucratique et de la subordination salariale ; une *logique de distinction sociale*, par laquelle iels cherchent à se différencier de la figure du chef d'entreprise classique en incarnant celle d'un héros visionnaire capable de changer le monde ; et une *logique vocationnelle*, façonnée au sein des grandes écoles

¹ GROSSETTI Michel, BESSIN Marc, BIDART Claire (Dir.), *Bifurcations. Les sciences sociales face aux ruptures et à l'événement*, Paris, La Découverte, 2009.

² BARTHE Jean-François, CHAUVAC Nathalie, GROSSETTI Michel, « Entrepreneurs de circonstance : une enquête sociologique sur les fondateurs de start-up en France », *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 2016/3-4 (Vol. 15), pp. 163-180, p. 180.

³ BARTHE Jean-François, CHAUVAC Nathalie, GROSSETTI Michel, 2016, *Ibid.*, p. 169.

⁴ FLÉCHER Marion, « Le monde des start-up : le nouveau visage du capitalisme ? Enquête sur les modes de création et d'organisation des start-up en France et aux Etats-Unis », sous la direction de Sophie BERNARD, Université Paris Dauphine, décembre 2021.

⁵ FLÉCHER Marion, « Des cadres en quête de prestige. L'engagement entrepreneurial des créateurs et créatrices de start-up », *Formation emploi*, 2023/1 (n° 161), pp. 83-102, p. 87.

dont iels sont massivement issu·es et qui participent à la célébration de ce modèle entrepreneurial »¹.

Elle montre ainsi que ces *start-uppers* très diplômés et bien insérés dans l'emploi entreprennent moins par nécessité que dans une quête de sens et d'épanouissement personnel au travail. L'enquête de Marion Flécher participe ainsi aussi à déconstruire une autre « figure idéalisée » de l'entrepreneur mû par le goût du risque. Richement doté en capital économique, culturel et social, pour la plupart de ces fondateurs et fondatrices de *start-up* l'entrée dans la carrière est un « risque négociée ». Les ressources dont ils bénéficient leur permettent non seulement de faciliter leur entrée dans le « monde des *start-up* », mais également « d'augmenter leurs chances de réussite »². Comme l'avaient déjà montré Michel Grossetti, Jean-François Barthe et Nathalie Chauvac, les fondateurs cherchent le plus souvent à limiter la prise de risque en sécurisant autant que possible leur « transition professionnelle » par le cumul avec des emplois des salariés et/ou la négociation de rupture conventionnelle par exemple.

Comme on vient de le voir, les apports de l'approche sociologique de l'entrepreneuriat se sont fait en ordre dispersé, ce qui en rend difficile la synthèse. En réaffirmant sa condition d'individu nécessairement socialisé, les travaux sociologiques consacrés à l'entrepreneur ont cependant mis en lumière la dimension collective de l'acte d'entreprendre. L'action de l'entrepreneur s'inscrit dans des réseaux sociaux qui le façonnent et lui servent d'appui pour mener à bien son activité entrepreneuriale. Les enquêtes sociologiques insistent en outre sur le caractère finalement bien « ordinaire » des créations d'entreprises, aussi « innovantes » soient-elles. Je montrerai dans la partie suivante que si l'analyse sociologique et les données statistiques sur la création d'entreprise en France fournies par l'INSEE démontrent que l'entrepreneur héroïque schumpéterien est bien une fiction, une analyse des récits de vie des créateurs d'entreprise montrent qu'ils ont largement intériorisé le mythe du *self made man* qui transparaît alors dans leurs modes de justification d'entrée dans la carrière d'entrepreneur. Il s'agira donc également d'interroger la force de cette « fiction utile » puisque mobilisée par les acteurs eux-mêmes dans la mise en récit et la justification de leur engagement entrepreneurial.

¹ FLÉCHER Marion, *Op. Cit.*, pp. 89-90.

² *Ibid.*, p. 95.

Dans le sillage de l'hybridation des statuts d'activité décrite par Pierre-Michel Menger dans le champ artistique¹ - sur laquelle je reviendrai dans la troisième partie de cette thèse -, s'est aussi développé dans la dernière décennie une série de travaux sociologiques situant l'activité entrepreneuriale à la frontière entre salariat et indépendance, notamment via les activités développées sur les plateformes numériques. On peut notamment citer ceux rassemblés par Sarah Abdelnour et Dominique Méda dans un ouvrage collectif consacré aux « nouveaux travailleurs des applis »². Plus centré sur une critique de l'économie numérique et de l'ubérisation à l'œuvre sur le marché du travail et sur une analyse des transformations du travail plutôt que sur l'acte d'entreprendre à proprement parler, ces travaux se situent à la périphérie de mon objet d'étude et n'ont pas vocation à être développés ici. Ils constituent cependant des pistes intéressantes pour approfondir l'analyse sociologique du champ de l'entrepreneuriat face à l'ampleur prise par le développement de l'auto-entrepreneuriat en France.

¹ MENER Pierre-Michel, *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2002.

² ABDELNOUR Sarah, MEDA Dominique (Dir.), *Les nouveaux travailleurs des applis*, Paris, PUF, 2019.

Une approche sociologique de l'éthique et des logiques d'action de l'acte d'entreprendre

La figure de l'entrepreneur et plus largement le champ de l'entrepreneuriat renvoient à une littérature abondante dont on ne peut prétendre faire le tour. En mettant en lumière l'ambiguïté des représentations de l'entrepreneur comme un individu isolé et héroïque en économie, la difficulté à définir le champ de l'entrepreneuriat en sciences de gestion et les limites de l'approche par les traits des psychologues, cette revue de la littérature montre en creux tout l'intérêt de l'aborder sous un angle sociologique. Comme le rappellent Pierre-Marie Chauvin et Pierre-Paul Zalio : « cette représentation individualiste et volontiers héroïque de l'entrepreneur a pour le sociologue (...) tout d'une fausse évidence. Elle est néanmoins soutenue par un corpus scientifique conséquent, notamment dans les disciplines économiques, managériales et psychologiques. Le champ de recherche de l'« entrepreneuriat », dans lequel ces dernières disciplines sont prépondérantes, s'est ainsi longtemps focalisé sur cette question des dispositions singulières, qu'elles soient considérées comme innées ou acquises »¹. Délaissé depuis les travaux fondateurs de Max Weber et de Werner Sombart, ce n'est qu'au moment du renouveau de la sociologie économique dans les années 1980, que les sociologues se sont (ré)intéressés à l'entrepreneur à mesure qu'il (re)devenait la figure centrale de l'idéologie néolibérale. Face à la mainmise des approches d'obédience économique de l'entrepreneuriat, les travaux de sociologie économique ont d'abord cherché à « réencastrier » l'économique dans le social en montrant que l'action de l'entrepreneur est bien insérée dans des réseaux sociaux qui servent d'appui à son activité mettant en outre en lumière la dimension collective de l'acte d'entreprendre. Si la manière dont l'entrepreneur y est décrit n'est pas non plus dénué d'ambiguïté – confusion entre créateurs et dirigeants d'entreprise ou entre entrepreneurs et patrons – les travaux sociologiques relatifs à l'entrepreneuriat ont aussi eu le mérite de rompre avec le mythe du *self made man* et son corollaire, à savoir la vision héroïque de l'entrepreneur schumpéterien que Philippe Mustar résume en ces mots : un « rebelle isolé et créatif »².

¹ CHAUVIN Pierre-Marie, ZALIO Pierre-Paul, « Singularisation », in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 507-522, p. 508.

² MUSTAR Philippe, 1994, *Op. Cit.*

De l'entrepreneur à l'activité entrepreneuriale : le cas de la création d'entreprise

La labilité du terme entrepreneur rend par ailleurs difficile le travail de revue de la littérature qui lui est consacrée. C'est en partie l'idée que cherche à faire passer Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti et Pierre-Paul Zalio dans l'introduction du *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* en rappelant que c'est « un objet qui ne va pas de soi »¹. La publication de ce dictionnaire témoigne cependant de l'intérêt pour les sociologues de s'emparer du sujet de l'entrepreneuriat tant il occupe une place croissante dans la compréhension des dynamiques historiques récentes en tant qu'illustration de la recomposition du modèle salarial, de l'impact des révolutions technologiques sur les systèmes productifs et de l'injonction du *néomanagement* à être entrepreneur de soi-même, y compris chez les salariés. « Les individus renvoyés à eux-mêmes et à leurs présupposées « capacités entrepreneuriales », et une société qui cherche à se « moderniser » autour d'un discours normatif sur « l'esprit d'entreprise », constituent les deux faces complémentaires d'une « entrepreneurialisation » du monde contemporain qu'il s'agit ici d'interroger »². La catégorie des entrepreneurs ne renvoie cependant à aucun monde social particulier ou groupe professionnel clairement défini. En effet, citant à titre d'exemples les « entrepreneurs de morale » d'Howard Becker³, les « entrepreneurs de cause » de John Mc Carthy et Mayer Zald⁴, les « entrepreneurs politiques » de Richard Wagner⁵, les « entrepreneurs de mémoires » de Michael Pollak⁶ ou encore « les entrepreneurs de réputation » de Pierre-Marie Chauvin⁷, les auteurs de cette introduction montrent que l'usage de la figure de l'entrepreneur s'est largement étendue au-delà du champ économique. Ils considèrent en outre dans la lignée des critiques qui ont été faites à l'approche par les traits qu'il apparaît tout aussi vain de chercher à unifier les entrepreneurs autour de qualités typiques.

Face à ces apories, Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti et Pierre-Paul Zalio invitent à déplacer le regard de l'entrepreneur comme « figure individuelle » vers l'étude des « activités

¹ CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, 2014, *Op. Cit.*, p. 15.

² *Ibid.*, p. 15.

³ BECKER Howard S., *Outsiders*, Paris, Editions Métailié, Coll. Leçons de choses, 1985 [1964].

⁴ McCARTHY John D., ZALD Mayer N., « Resource, Mobilization and Social Movements : A Partial Theory », *American Journal of Sociology*, 82 (6), 1977, pp. 1212-1241.

⁵ WAGNER Richard E., « Pressure Groups and Political Entrepreneurs : A Review Article », *Public Choice*, 1, 1966, pp. 161-170.

⁶ POLLAK Michael, *Une identité blessée. Etudes de sociologie et d'histoire*, Paris, Editions Métailié, 1993.

⁷ CHAUVIN Pierre-Marie, « La sociologie des réputations. Une définition et cinq questions », *Communications*, 2013/2 (n° 93), pp. 131-145.

entrepreneuriales et leurs logiques sociales »¹. Il s'agit alors d'identifier et de comprendre les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre, cette action impliquant nécessairement selon ces auteurs : « une projection vers l'avenir », « un rapport à l'incertitude », « une forme de recherche de contrôle sur le monde » et « une dimension narrative »². Reprenant l'idée transversale à toutes les approches sociologiques décrivant les activités entrepreneuriales comme « encadrées » dans le social, ils rappellent aussi que ces logiques s'expriment dans « des contextes qui fournissent à ceux qui y sont engagés des appuis »³. Même si l'essentiel de mes travaux ont été engagés avant la publication de ce *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, je m'inscris pleinement dans ce programme. Je m'appuie néanmoins sur une définition sensiblement différente de la notion de *logique d'action* en m'appuyant pour ma part sur la sociologie de l'expérience de François Dubet⁴, comme je le développerai dans les parties suivantes de la thèse.

Le terme « entrepreneur » recouvrant de nombreuses figures dans son acception la plus large – celui qui s'engage dans une action marquée par l'incertain⁵ – j'ai choisi de limiter mon objet d'étude à une figure à laquelle on l'associe le plus spontanément aujourd'hui : celle du créateur d'entreprise. Comme le soulignent Patricia Champy-Remoussard et Julien De Miribel « dans les représentations courantes, le mot “entrepreneuriat” renvoie presque systématiquement, et implicitement à la démarche de création d'entreprise »⁶. La promotion de la création d'entreprise en France depuis les années 1980, apparaît par ailleurs comme l'un des exemples les plus marquants de la pénétration de l'injonction néolibérale à devenir entrepreneur de soi-même, comme le souligne Carine Ollivier : « Et si cette incitation, voire cette injonction, à l'entrepreneuriat se donne à voir à l'échelle internationale, l'explosion des dispositifs (juridiques, économiques et numériques) développés en France pour l'encourager en est une illustration exemplaire : du statut d'autoentrepreneur à celui de chômeur ou de salarié créateur d'entreprise, en passant par les incubateurs de *start-up*, les plateformes digitales, les *business*

¹ Signe que le sujet reste difficile à cerner, un récent appel à contribution, publié en juin 2023 par la *Revue Française de Socio-Economie*, coordonné par Sanja BERONJA, Marion FLÉCHER et Maud HETZEL, invite cette fois à déplacer le regard de l'*activité entrepreneuriale* vers le *travail entrepreneurial*.

² CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, 2014, *Op. Cit.*, p. 23.

³ *Ibid.*, p. 21.

⁴ DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

⁵ VÉRIN Hélène, 1982, *Op. Cit.*

⁶ CHAMPY-REMOUSSENARD Patricia, DE MIRIBEL Julien, « Entrepreneuriat et esprit d'entreprendre », *Recherche & formation*, 2021/2 (n° 97), pp. 63-74, p. 64

angels...les barrières à l'entrée de la création d'entreprise n'ont jamais été si peu nombreuses »¹.

En privilégiant une analyse qui vise à apporter des éléments de compréhension de l'acte d'entreprendre perçu à travers la création d'une entreprise, il s'agit de resserrer mon objet d'étude à une action relativement bien définie, notamment d'un point de vue statistique, même si comme je le montrerai dans la partie suivante le groupe des créateurs d'entreprise, comme celui des entrepreneurs, n'a rien d'un ensemble unifié. On se retrouve ici dans la même situation que Luc Boltanski lorsqu'il s'est engagé dans l'étude sociologique d'un groupe social aussi hétérogène que celui des cadres². Comme lui, je n'ai pas cherché à appréhender les créateurs d'entreprise comme une classe sociale homogène définie par « *l'association du semblable au semblable* ». Ce qu'ils ont de commun ne se situe pas dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils donnent à l'acte d'entreprendre. C'est donc en analysant aussi la dimension narrative et réflexive de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur que l'on peut prétendre analyser les logiques d'action qui dessinent l'éthique qui anime les entrepreneurs.

Comprendre les fondements de l'éthique entrepreneuriale aujourd'hui

A la lecture des travaux consacrés à l'entrepreneur, une question reste en effet toujours en suspens : celle des motifs de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur ou plus généralement celle des valeurs qui animent les entrepreneurs aujourd'hui. Les analyses des psychologues n'ont pas réussi à épuiser la question des « mobiles » de l'entrepreneur que Joseph Schumpeter avait lui-même tenté d'élucider en son temps, tandis que les travaux sociologiques ont globalement délaissé l'étude de l'éthique entrepreneuriale depuis Max Weber et Werner Sombart. C'est donc l'ambition de cette thèse que de remettre l'éthique entrepreneuriale au centre de l'analyse sociologique de l'entrepreneuriat à travers l'étude des logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre en interrogeant ceux qui s'engagent dans une carrière d'entrepreneur par la création de leur propre entreprise.

On l'a vu, depuis Richard Cantillon, la plupart des travaux consacrés à la figure de l'entrepreneur se sont construits sur une critique plus ou moins explicite de l'omnipotence de

¹ OLLIVIER Carine, 2020, *Op. Cit.*, p. 355.

² BOLTANSKI Luc, 1982, *Op. Cit.*

l'homo oeconomicus dépeint par la pensée classique et néoclassique en économie. En tant qu'axiome de la pensée économique orthodoxe, *l'homo oeconomicus* a été critiqué sur trois principaux points : son réductionnisme instrumental, son a-historicité et sa vision désocialisée de l'acteur représentée caricaturalement par le personnage de Robinson Crusoé pour reprendre une analogie faite par Max Weber lui-même¹. Quand ils ne passent pas son existence sous silence, les économistes attribuent paradoxalement un rôle central à l'entrepreneur dans l'économie. Les représentants de l'école autrichienne, auxquels on peut associer Joseph Schumpeter, lui accordent ainsi une multitude de rôles : prise en charge du risque, gestion de l'incertitude, organisation de la production, coordination de ressources rares, innovation.

Mais, en le réduisant le plus souvent à ses fonctions économiques, ces économistes ont rarement cherché à interpréter la conduite de l'entrepreneur au-delà d'une forme de rationalité de type instrumental qu'elle soit « maximisatrice » chez les néoclassiques ou plus « limitée » chez les représentants de l'école autrichienne. La référence à la capacité de « jugement », d'« intuition » ou de « vigilance » (entendu comme une capacité d'anticipation) de l'entrepreneur laisse également sous-entendre que la rationalité instrumentale de type « calcul coût-bénéfice » ne peut suffire à interpréter le comportement de l'entrepreneur. C'est ce qu'explique Philippe Steiner à propos de l'analyse de Franck Knight : « Face à l'incertitude inhérente au futur [...], l'entrepreneur n'est pas en mesure d'optimiser comme le suppose la théorie de l'utilité espérée, il fait donc appel à son intuition, à son jugement »². On peut ainsi penser, comme lui, que « le comportement de l'entrepreneur fait problème dans la théorie économique fondée sur l'action rationnelle instrumentale »³.

Le postulat de la rationalité économique de l'entrepreneur conduit implicitement à une sorte de « réductionnisme instrumental »⁴ des agents économiques qui paraît pourtant peu convenir à l'interprétation des motifs de l'action de l'entrepreneur que l'on retrouve chez Max Weber, Werner Sombart, Joseph Schumpeter ou encore David McClelland. En insistant sur la nécessité d'inscrire l'action de l'entrepreneur dans un contexte historique et social d'une part

¹ Max WEBER renvoie ainsi l'apparition de l'« homo oeconomicus isolé » à cette figure littéraire populaire du roman de Daniel Defoe (1719) en faisant référence au critique littéraire Edward Dowden. Voir WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Op. Cit.*, p. 156. Analogie que l'on retrouve également chez Ludwig von MISES lorsqu'il critique le niveau d'abstraction sur lequel repose la pensée néoclassique : « *Robinson Crusoe l'imaginaire acteur isolé* ». Voir MISES Ludwig von, 1985 [1949], *Op. Cit.*, p. 267.

² STEINER Philippe, 2005 [1999], *Op. Cit.*, p. 25.

³ *Ibid.*, p. 24.

⁴ GRANOVETTER Mark & SWEDBERG Richard, *The Sociology of Economic Life*, second edition, Westview Press, Boulder, Oxford, San Francisco, 2001 (second edition), p. 9.

et en s'intéressant à sa dimension éthique d'autre part, ces auteurs remettent clairement en question cette vision purement économique de l'acte d'entreprendre. Force est de reconnaître que cette question des valeurs qui guident l'action de l'entrepreneur intéresse en effet assez peu les économistes à l'exception notable de Joseph Schumpeter. L'analyse des mobiles de l'entrepreneur renverrait implicitement à l'étude du « psychisme » de l'entrepreneur, objet dont on sent bien qu'il revêt un caractère « douteux » pour la plupart des économistes. En effet, pour la pensée économique orthodoxe s'intéresser à la « psychologie » de l'entrepreneur nécessite plus ou moins de remettre en cause le principe d'un *homo oeconomicus* guidé par sa seule rationalité instrumentale.

Face aux critiques qualifiant son étude des mobiles de l'entrepreneur de « psychologie douteuse », Joseph Schumpeter consacra d'ailleurs, dans sa deuxième édition de la *Théorie de l'évolution économique*, une longue note de bas de page visant à clarifier son intérêt pour cette question : « Le motif n'est que l'instrument par lequel, suivant les circonstances, l'observateur rend plus clair, pour lui et pour les autres, la suite des causes et de leurs conséquences dans la vie sociale, et par lequel il peut comprendre ce processus par opposition à ce qui aurait lieu dans la "nature inanimée". Il est souvent un moyen heuristique précieux et aussi une cause utilisable de connaissance. Nous ne l'employons pas ici comme une "cause réelle" »¹. En outre, il qualifie d'« infantile » la conception selon laquelle les sciences économiques devraient résoudre ces problèmes sans avoir recours à la « psychologie »².

On perçoit bien dans ces derniers arguments et dans l'intérêt que Joseph Schumpeter accorde à la « psychologie » de l'entrepreneur, les relations que l'on peut faire avec la pensée de Max Weber et de Werner Sombart, comme le fait justement remarquer Yves Breton : « Sur l'entrepreneur et les mobiles psychologiques qui l'animent, la filiation des idées de Joseph Schumpeter avec celles émises par Max Weber et Werner Sombart est évidente. Nous sommes donc très éloigné de l'*homo oeconomicus* et de la maximisation du profit des néoclassiques »³. Mais plus que de mobiles « psychologiques », c'est à mon sens la dimension éthique du comportement de l'entrepreneur dont il est ici question. Pour comprendre l'action de

¹ SCHUMPETER Joseph A., 1935 [1911], *Op. Cit.*, pp. 100-101.

² Il en donne la définition suivante : « *l'examen et l'interprétation de la conduite observable chez les hommes* ». *Ibid.*, pp. 100-101.

³ BRETON Yves, 1984, *Op. Cit.*, p. 250.

l'entrepreneur, on ne peut pas se limiter à une simple interprétation en termes de rationalité instrumentale.

Amartya Sen, l'un des plus illustres représentants de l'économie hétérodoxe, dénonce cette importance exagérée accordée au principe d'utilité en économie. Dans un essai devenu célèbre, il critique cette conception du comportement dans la théorie économique qui vise à faire des agents économiques des « idiots rationnels » : « l'homme purement économique est à vrai dire un demeuré social. La théorie économique s'est beaucoup occupée de cet idiot rationnel drapé dans la gloire de son classement de préférences unique et multifonctionnel »¹. En dénonçant le principe d'un *homo oeconomicus* dont le comportement serait dénué de dimensions sociales, morales, culturelles et affectives, Amartya Sen réaffirme la nécessité de tenir compte de l'engagement éthique dans la compréhension des conduites des acteurs économiques.

Et si l'entrepreneur est encore aujourd'hui plus communément associé au champ de l'économie et au domaine de l'entreprise, il ne doit pas y être réduit comme le rappelle Alain Ehrenberg : « L'entrepreneur est plus que le chef d'entreprise : il incarne un mode d'action, la capacité à décider et à agir par soi-même dans un avenir incertain en saisissant des opportunités »². Je pourrais alors faire mienne la question que pose Hélène Vérin à la fin de son introduction : « Comment la relation de l'entrepreneur à son entreprise y devient expressive de la relation de l'homme à la société ? »³.

Dire que l'acte d'entreprendre ne peut être compris comme la seule conséquence d'une rationalité instrumentale, ne veut pas pour autant dire que l'action d'entreprendre est « irrationnelle », mais simplement que la compréhension d'une action ne se limite pas à un seul type de rationalité, comme l'a notamment démontré Max Weber en distinguant « rationalité en finalité » et « rationalité en valeur »⁴. De la même manière, dire que l'entrepreneur est un acteur « socialisé », encadré dans des réseaux sociaux qui le façonnent et servent d'appuis à son

¹ SEN Amartya, *Ethique et économie, et autres essais*, Paris, PUF, 1993 [1987], p. 107.

² EHRENBURG Alain, 2010, *Op. Cit.*, p. 219.

³ VÉRIN Hélène, 1982, *Op. Cit.*, p. 14.

⁴ Pour une discussion complète sur le concept de rationalité chez Max WEBER, voir notamment COLLIOT-THÉLÈNE Catherine, « Retour sur les rationalités chez Max Weber », *Les Champs de Mars*, 2011/2 (N° 22), pp. 13-30. Ou plus spécifiquement sur la « rationalité en finalité » ou « axiologique », voir BOUDON Raymond, « La rationalité axiologique », in MESURE Sylvie (Ed.), *La rationalité des valeurs*. Paris, Presses Universitaires de France, « Sociologies », 1998, p. 13-57.

activité entrepreneuriale, ne peut suffire à comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur. En somme, l'acte d'entreprendre, de créer une entreprise, ne peut se limiter, comme toute action sociale, ni à une reproduction pure et simple d'un modèle social, ni à un comportement qui relèverait d'une stricte rationalité économique. Il convient, dès lors, d'aborder l'acte d'entreprendre à travers un troisième registre : celui, plus réflexif, de l'éthique en cherchant à identifier dans les récits de créateurs d'entreprise, les logiques d'action permettant de comprendre leur engagement dans une carrière d'entrepreneur.

Cette dimension éthique de l'acte d'entreprendre renvoie évidemment à l'association entre éthique protestante et esprit du capitalisme chez Max Weber. Tout au long de son ouvrage, Max Weber insiste cependant sur le fait que le capitalisme contemporain n'a plus besoin du soutien de l'ascétisme protestant devenu séculaire. En revenant sur la référence à un « ethos économique bourgeois » chez Max Weber, Bernard Fusulier, dans un article consacré au concept d'ethos en sociologie, indique qu'« il (Max Weber) veut souligner son origine éthique, même si celle-ci, à travers la diffusion sociale de la pratique, tend à se métamorphoser dans l'expression laïque d'un esprit, c'est-à-dire que le rapport éthique n'est plus explicitement lié au religieux, car il s'est en quelque sorte sécularisé »¹. Cette idée d'une sécularisation ayant conduit à débarrasser le système capitaliste de toute dimension morale, au sens religieux du terme, me conduira donc à utiliser la notion d'éthique entrepreneuriale sans pour autant que celle-ci fasse référence de manière explicite à des valeurs morales religieuses. Il s'agit en somme de revenir au sens étymologique du terme grec *ethos*, auquel se rattache celui d'éthique, à savoir une « manière d'être » ou encore une « disposition de l'âme, de l'esprit »².

C'est l'objet de la partie suivante de cette thèse que d'analyser les fondements de l'éthique entrepreneuriale aujourd'hui. A travers la présentation d'une analyse secondaire des bases de données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise, il s'agira d'abord de mieux *connaître* l'entrepreneur avant de chercher ensuite à *comprendre* son engagement par une analyse des trajectoires et récits de vie de créateurs d'entreprise.

¹ FUSULIER Bernard, « Le concept d'ethos », *Recherches sociologiques et anthropologiques*, 42-1 | 2011, 97-109, p. 100.

² Voir BAILLY Alain, *Dictionnaire grec-français*, Paris, Hachette, 1950. Cité par FUSULIER Bernard, 2011, *Ibid.*

PARTIE 2

**CONNAÎTRE L'ENTREPRENEUR
COMPRENDRE SON ENGAGEMENT**

Quels sont les profils des créateurs d'entreprise ? Quelles sont les principales caractéristiques des entreprises nouvellement créées en France ? Les représentations de l'entrepreneur comme un acteur isolé et héroïque résistent-elles à l'analyse des données statistiques sur les créateurs et la création d'entreprise ? Peut-on faire une typologie des entrepreneurs ? Quel sens les créateurs d'entreprise accordent-ils à l'acte d'entreprendre ? Comment justifient-ils leur engagement dans une carrière d'entrepreneur ? Quel lien peut-on faire entre histoire familiale et engagement entrepreneurial ? Que révèle l'analyse des trajectoires scolaires et professionnelles des créateurs d'entreprise ? Quelles sont les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre ? Quels sont les fondements de l'éthique entrepreneuriale aujourd'hui ? Peut-on faire l'hypothèse de l'émergence d'une nouvelle génération d'entrepreneurs ?

Cette partie est construite à partir de la reprise de mes travaux consacrés à l'entrepreneur et à l'acte d'entreprendre, publiés entre 2007 et 2014¹. On l'a vu, l'entrepreneur peut prendre de nombreuses figures et l'acte d'entreprendre, pris dans son sens générique, apparaît largement polysémique. Pour construire un regard sociologique sur cet objet, il s'agissait donc dans un premier temps de limiter mon étude à une figure clairement identifiée et à une action appréhendable empiriquement. J'ai choisi pour cela de m'intéresser au créateur d'entreprise et donc à l'acte de créer sa propre entreprise. Ma contribution à l'analyse sociologique de l'entrepreneur et de son action s'est faite autour de deux grands enjeux visant à combler une partie des points aveugles de la « théorie de l'entrepreneur » mis en lumière dans la première partie. Le premier était de *connaître* précisément les profils des créateurs et les caractéristiques des entreprises nouvellement créées afin de déconstruire une partie des mythes et stéréotypes associés au monde de l'entrepreneuriat. Le second était de *comprendre* l'éthique et les logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur en analysant les trajectoires de celles et ceux qui s'engagent dans la création de leur propre entreprise. Mes travaux s'appuient principalement sur deux enquêtes, l'une quantitative, l'autre qualitative.

La première repose sur une analyse secondaire de la base de données des enquêtes SINE (« Système d'information sur les nouvelles entreprises ») de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise en 2006, actualisée ici à partir des chiffres de 2018. Cette enquête quantitative a donné lieu à la publication en 2014 d'un chapitre dans le *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*². La seconde enquête s'appuie sur une analyse qualitative de 45 entretiens biographiques auprès de créateurs d'entreprise de la région Aquitaine³ interrogés entre 2004 et 2006. L'interprétation qualitative de ces récits de vie a donné lieu à la publication de trois articles dans des revues scientifiques entre 2007 et 2010, et un chapitre d'ouvrage collectif, coécrit avec Michel Grossetti, à nouveau dans le *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Dans cette dernière publication, l'analyse a été complétée par les apports d'une enquête sur les « histoires » d'entreprises innovantes pour laquelle j'ai contribué à hauteur de 15 entretiens biographiques supplémentaires réalisés en 2010 avec des fondateurs

¹ Voir la liste sur la page suivante.

² CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014.

³ Il s'agissait de l'ancienne région « Aquitaine » composée à l'époque de 5 départements, devenue « Nouvelle Aquitaine » suite à son élargissement à 12 départements lors de la réforme territoriale de 2015 et effective au 1^{er} janvier 2016.

de *start-up* installées dans la région Aquitaine¹. Ce qui porte le total de mon enquête qualitative auprès des créateurs d'entreprise aquitains à 60 entretiens.

A l'image de ce que nous dit Charles Wright Mills de l'« imagination sociologique »², je n'ai jamais cessé de m'intéresser à la question entrepreneuriale. Les nombreuses discussions informelles que j'ai réalisées avec des entrepreneurs au gré de mes rencontres, ainsi que les échanges avec des collègues dans des séminaires ou encore avec des étudiants dans mes enseignements n'ont fait qu'alimenter ma réflexion sur le sujet, même si cela s'est fait en dehors d'un strict protocole d'enquête empirique. C'est d'ailleurs ce qui m'a conduit plus récemment à remobiliser le cadre théorique général sur l'éthique entrepreneuriale que j'avais construit dans mes précédents travaux pour analyser la dynamique entrepreneuriale à l'œuvre dans le champ de l'architecture comme je le montrerai dans la troisième et dernière partie de cette thèse.

*Liste des publications*³

- REIX Fabien, « Créations d'entreprises et désirs d'autonomie », *Agora – Débats/Jeunesse*, 3ème trimestre 2007, N°45, pp. 56-67.
- REIX Fabien, « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains », *Géographie Économie Société*, 2008/1, Vol. 10, pp. 29-41.
- REIX Fabien, « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », *Revue Interdisciplinaire sur le Management, l'Humanisme et l'Entreprise*, N°1, mars-avril 2012, pp. 37-52.
- REIX Fabien, « Créateurs et création d'entreprise » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses Universitaires de Sciences Po, 2014, pp. 141-165.
- GROSSETTI Michel et REIX Fabien, « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales », in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses Universitaires de Sciences Po, 2014, pp. 412-431.

¹ Réalisé dans le cadre de l'enquête sur les *start-up* présentée dans la première partie (GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François, CHAUVAC Nathalie, 2018, *Op. Cit.*), ces histoires d'entreprises ont été réalisées selon la méthode des « narrations quantifiées ». Pour rappel, afin d'analyser les logiques d'encastrement et de découplage de l'activité entrepreneuriale, les récits rétrospectifs des fondateurs retraçant la genèse de la création de leur entreprise et les premières années de développement ont été codés de manière systématique afin de repérer les séquences d'accès à des ressources (informations et idées, conseils, partenaires, fournisseurs, locaux, technologie, instruments, recrutements, financements, clients, débouchés...) et qualifier le type d'appui ayant permis d'y accéder.

² WRIGHT MILLS Charles, *L'imagination sociologique*, La Découverte, 2006 [1967].

³ Voir les versions intégrales en annexes.

Dans un champ de l'entrepreneuriat largement dominé par les sciences économiques, on peut regretter que les travaux sur la création d'entreprise ne s'intéressent pas plus aux individus qui en sont à l'origine. Malgré l'abondance des études sur le thème de l'entrepreneuriat, les profils des créateurs d'entreprise et les caractéristiques des entreprises qu'ils créent sont relativement peu étudiés au-delà des traitements statistiques fournis par l'INSEE dans ses enquêtes SINE¹. Et lorsqu'elles ne le relèguent pas au second plan, ces études présentent encore trop souvent l'entrepreneur sous la seule figure héroïque de l'entrepreneur innovateur schumpéterien. En France, cette tendance ne résiste pourtant guère aux réalités statistiques sur les créateurs et la création d'entreprise. L'analyse des données de l'INSEE montre ainsi que la plupart des entrepreneurs ont des moyens et des ambitions très modestes et développent des activités peu innovantes qui dépassent rarement le cadre de la très petite entreprise (TPE). En se focalisant trop souvent sur les « grands » entrepreneurs médiatiques ou sur les entreprises innovantes comme les *start-up*, on en oublierait presque que la création d'entreprise est avant tout le monde des *petites* entreprises et des *petits* entrepreneurs, sans que ce qualificatif soit péjoratif. La présentation des principaux résultats d'une analyse secondaire de la base de données des enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise de 2006, mise en perspective avec les chiffres de 2018, permet de rendre compte des profils de ces entrepreneurs et des caractéristiques de leurs entreprises, et ainsi de rompre avec un certain nombre de stéréotypes attachés à une population qui se caractérise avant tout par son hétérogénéité.

Les enquêtes SINE de l'INSEE

Le dispositif SINE (Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises) est un système permanent d'observation d'une génération de nouvelles entreprises, enquêtée tous les quatre ans. Chaque génération est elle-même interrogée trois fois (au démarrage, puis à trois et cinq ans après la création). Plusieurs générations de créateurs d'entreprise ont ainsi été suivies depuis la mise en place de ce dispositif en 1994. Les résultats de l'analyse secondaire présentés ici sont issus de la première interrogation (au démarrage) des créateurs de 2006. A partir de 2010, le dispositif intègre les auto-entrepreneurs (appelés micro-entrepreneurs à compter de décembre

¹ Voir encadré ci-dessous.

2014) du nom du nouveau régime instauré en France au 1^{er} janvier 2009. La huitième génération, 2022, est en cours d'observation.

Toutes les nouvelles entreprises ne sont pas enquêtées. Des échantillons sont tirés à partir du répertoire SIRENE (Base de données des entreprises de l'INSEE). La couverture économique du dispositif SINE correspond au champ qui englobe les activités économiques marchandes des secteurs de l'industrie, de la construction, du commerce et des services, y compris le secteur de l'immobilier et de la finance. L'agriculture est en revanche exclue de ce champ.

C'est à partir de la base de données de cette première enquête de 2006 qu'a été effectuée l'analyse secondaire présentée ici. Elle est ici actualisée à partir des données de la génération 2018.

Les créateurs d'entreprise sont-ils des entrepreneurs ?

Dans mes recherches, l'entrepreneur prend les traits du créateur d'entreprise. Si, intuitivement, on perçoit assez facilement ce qu'est un créateur d'entreprise, la chose est plus compliquée lorsqu'il s'agit de décrire ce qu'est un entrepreneur. Comme on l'a vu précédemment, on prête à ce dernier de multiples visages et actions qui ne se limitent ni au créateur, ni à la création d'entreprise, ni même à la sphère économique¹. Chez Joseph Schumpeter, l'entrepreneur se caractérise avant tout par son aspect innovateur ou plus précisément par le fait qu'il « exécute de nouvelles combinaisons », sans pour autant que cette action aboutisse à la création d'une entreprise. En effet, parmi les quatre types historiques d'entrepreneurs qu'il dégage², hormis le *fabricant/commerçant* qui est le propriétaire de son entreprise, aucun ne se limite au seul créateur d'entreprise. De plus, pour Joseph Schumpeter, le « titre » d'entrepreneur n'a pas forcément un caractère permanent et correspond à la séquence de l'action dans laquelle l'entrepreneur « innove » en exécutant une nouvelle combinaison.

¹ CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014.

² SCHUMPETER Joseph A., *Théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1935 [1911].

La prise en compte de l'innovation, bien qu'elle soit fondamentale dans l'approche de Joseph Schumpeter, apparaît donc délicate en ce qui concerne la création d'entreprise. En effet, il semble qu'on puisse presque toujours trouver quelque chose qui s'apparente de près ou de loin à une « nouvelle combinaison » dans le processus de création d'une entreprise, que ce soit l'aspect nouveau du produit que l'entreprise développe, le type de service qu'elle offre, l'organisation de sa production, l'endroit où elle situe, etc. Cette difficulté à définir une entreprise « innovante » a d'ailleurs conduit Michel Grossetti, Jean-François Barthe et Nathalie Chauvac à renvoyer la reconnaissance du caractère « innovant » d'une entreprise aux dispositifs publics d'accompagnement à l'innovation (pépinières, incubateurs, pôles de compétitivité...) afin de constituer leur échantillon de 97 *start-up* pour leur enquête sociologique¹. Afin d'évaluer le potentiel d'innovation des créations d'entreprise en France, je m'en suis tenu pour ma part aux indicateurs retenus dans les enquêtes de l'INSEE pour qualifier et mesurer les créations d'entreprise dites « innovantes » (secteurs d'activité spécifiques, part de la technologie dans l'activité,...) qui restent, on le verra, assez minoritaires.

Dès lors, l'aspect innovant ou non de l'entreprise créée ne me paraît pas être un critère pertinent pour qualifier les créateurs d'entreprise d'entrepreneurs. Et si j'ai bien dans mon échantillon qualitatif des entreprises « reconnues comme innovantes »², il s'agissait simplement de ne pas s'y limiter. Ainsi, sans nier la pertinence de la multiplicité des figures de l'entrepreneur et le fait que son activité ne se cantonne pas à la sphère économique, ma recherche entend se limiter à celle de l'entrepreneur incarné par le créateur d'entreprise. À l'issue d'un travail exploratoire ayant consisté à recenser et à observer l'ensemble des formes que prend la création d'entreprise dans son acceptation statistique³, il m'a semblé cependant nécessaire d'exclure un certain nombre de cas particuliers.

Le concept de création d'entreprise englobe toute unité juridique qui démarre une activité économique. Jusqu'en 2006, il recouvrait, selon l'INSEE, trois actions sensiblement distinctes : la création pure, la création par reprise et la création par réactivation. Dans le premier cas, la création est dite *pure* ou *ex-nihilo* car elle correspond à la création de nouveaux moyens de production. Dans le deuxième cas, la création est dite *par reprise* lorsque la nouvelle

¹ GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François. CHAUVAC Nathalie, *Op. Cit.*

² Notamment celles qui ont alimenté l'échantillon d'analyse de l'enquête de Michel GROSSETTI, Jean-François BARTHE et Nathalie CHAUVAC, 2018, *Ibid.*

³ Voir infra l'encadré « La notion de création d'entreprise selon l'INSEE ».

entreprise reprend tout ou partie des activités et moyens de production d'une autre entreprise. Enfin dans le troisième cas, la création est dite *par réactivation* lorsqu'un entrepreneur individuel a cessé momentanément son activité et la reprend ultérieurement.

Après avoir rencontré une dizaine de créateurs d'entreprise aux profils variés (dont des repreneurs) lors d'entretiens exploratoires, il m'a donc paru nécessaire de distinguer création, reprise et réactivation d'entreprise bien qu'elles soient comptabilisées ensemble dans les chiffres concernant les « entreprises nouvelles » au sens de l'INSEE en 2006. J'ai donc exclu de mon échantillon d'étude les cas de réactivation et de reprise d'entreprise¹. En effet, en plus de biaiser la notion de création en tant que telle, la décision de reprendre une entreprise suit une logique différente de celle qui consiste à créer sa propre entreprise². La nouvelle nomenclature adoptée par l'INSEE depuis le 1^{er} janvier 2007 vient d'ailleurs clarifier la distinction entre les deux, tout en élargissant la notion de création d'entreprise à certains cas de reprise notamment lorsque l'activité du repreneur diffère en partie de celle de son prédécesseur³.

En outre, dans certain cas, la création d'une entreprise n'est pas le fait d'un individu, mais est impulsée par une autre entreprise. C'est un phénomène que l'on retrouve notamment dans les politiques d'« essaimage » de certaines grandes entreprises technologiques⁴. Cette stratégie consiste à dissocier certaines activités de l'entreprise notamment le développement d'innovations issues des services de recherche et développement (R&D), par la création d'une nouvelle entité. M'intéressant aux individus qui créent une entreprise, j'ai donc exclu les entreprises qui se créent sous forme de filiales. Pour des raisons similaires, j'ai également exclu les entreprises qui se créent sous forme de franchises. Mon objet d'étude, à savoir la figure de l'entrepreneur appréhendé à travers l'acte de créer sa propre entreprise, m'a donc conduit à me focaliser sur les créations d'entreprise *stricto sensu*, c'est-à-dire à l'exclusion des reprises et réactivations d'entreprise, des créations par une filiale et des franchises⁵. Le choix de me centrer

¹ J'ai pour cela utilisé la variable de filtrage (Origine de la création) prévu à cet effet dans la base de données de 2006.

² Pour des informations plus détaillées sur les caractéristiques des reprises d'entreprises, voir COUNOT Stéphanie et MULLIC Sylvie, « Le rôle des repreneurs d'entreprises », *INSEE Première*, N°975, juillet 2004.

³ Voir encadré ci-dessous.

⁴ Voir par exemple les cas de créations d'entreprises par essaimage émanant de la société GEMPLUS in GARNIER Jacques et MERCIER Delphine, « La création d'entreprise entre autonomisation et intégration : comparaison de deux processus dans l'aire métropolitaine marseillaise », *Géographie Économie Société* 2008/1, Vol. 10, pp. 87-102.

⁵ A titre informatif, les reprises d'entreprises, les réactivations, les franchises et les créations par filiales représentent respectivement 10%, 9%, 6% et 2% des entreprises nouvelles en France en 2006.

sur l'action individuelle de créer une entreprise n'implique pas cependant d'évincer les cas où la création s'est faite entre associés.

La notion de création d'entreprise selon l'INSEE¹

Jusqu'en 2006, selon l'INSEE, une entreprise est comptabilisée :

- en création pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise. On parle ainsi de création *ex nihilo* ;
- en création par reprise dans les cas contraires (reprise de tout ou partie des moyens de production d'une autre entreprise, rachat d'un fonds de commerce...);
- en création par réactivation lorsqu'une personne physique cesse son activité puis la reprend ultérieurement.

Depuis le 1er janvier 2007, la notion de création d'entreprise présentée par l'INSEE s'appuie sur le concept défini par EUROSTAT afin d'harmoniser et de comparer les données européennes. Une création d'entreprise au sens d'EUROSTAT correspond à *l'apparition d'une unité légale exploitante n'ayant pas de prédécesseur*.

Ce concept de création se base sur la mise en œuvre de nouveaux moyens de production. Par rapport aux immatriculations dans le répertoire SIRENE, on retiendra comme création :

- les créations d'entreprises correspondant à la création de nouveaux moyens de production (il y a nouvelle immatriculation dans SIRENE) ;
- les cas où l'entrepreneur (il s'agit en général d'un entrepreneur individuel) reprend une activité après une interruption de plus d'un an (il n'y a pas de nouvelle immatriculation dans SIRENE mais reprise de l'ancien numéro SIRENE) ;
- les reprises par une nouvelle entreprise de tout ou partie des activités et moyens de production d'une autre entreprise (il y a nouvelle immatriculation dans SIRENE) *s'il n'y a pas continuité* de l'entreprise reprise. On considère qu'*il n'y a pas continuité* de l'entreprise si parmi les trois

¹ Cet encadré reprend les informations publiées sur le site web de l'INSEE dans la rubrique « Nomenclature, définitions, méthodologies ».

éléments suivants, deux sont modifiés lors de la reprise concernant son siège : l'unité légale contrôlant l'entreprise, l'activité économique et la localisation. Par défaut, tous les autres cas sont comptabilisés dans la catégorie « reprise d'entreprise ».

Cette nouvelle nomenclature accorde un sens plus large à la notion de création, mais a l'avantage de clarifier la distinction entre création et reprise d'entreprise. L'échantillon retenu pour mon analyse secondaire de la base de données de 2006, une fois filtré des reprises, des réactivations, des franchises et des filiales, représente 104 984 entreprises parmi celles nouvellement créées en 2006 en France, soit 73 % de la population mère. Aussi, les entreprises domiciliées en Aquitaine ont été extraites du précédent fichier afin de fournir les informations spécifiques à la région sur laquelle je me suis basé pour constituer par ailleurs mon échantillon qualitatif. Cette sous-population concerne, quant à elle, 5 334 entreprises soit 82% des nouvelles entreprises créées en Aquitaine en 2006.

Au-delà d'une analyse quantitative dont l'objectif affiché était d'objectiver un certain nombre de représentations plus ou moins fantasmées sur l'entrepreneuriat et les entrepreneurs, la principale contribution de mes travaux à la compréhension de l'entrepreneuriat aura été de chercher les fondements de l'éthique entrepreneuriale dans les trajectoires sociales et les modes de justification de celles et ceux qui s'engagent dans une carrière d'entrepreneur par la création de leur propre entreprise.

La méthode biographique pour comprendre l'acte d'entreprendre

Mes travaux adoptent aussi une approche compréhensive en cherchant à identifier les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. En complément de l'analyse secondaire des données de l'INSEE, j'ai donc constitué un panel qualitatif d'entrepreneurs, composé d'un échantillon volontairement hétérogène de créateurs d'entreprise afin d'être représentatif de la diversité des profils des entrepreneurs mis en exergue par mon analyse quantitative. En effet, l'analyse statistique sur les créateurs et la création d'entreprise montre que les entrepreneurs ont des caractéristiques très différentes en termes d'origine sociale, d'âge, de niveau de diplôme, etc. Pour respecter la diversité de la catégorie des créateurs d'entreprise, j'ai donc privilégié l'étude des cas les plus variés tant au niveau du profil du créateur (sexe, âge, origine sociale) qu'au niveau du type d'entreprise créée (secteur d'activité, taille de

l'entreprise). Je fais ainsi l'hypothèse que ce que les entrepreneurs ont en commun n'est pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils donnent à l'acte d'entreprendre.

Entre 2004 et 2006, 45 créateurs d'entreprise aquitains ont ainsi été interrogés sous forme d'entretiens réalisés selon la méthode des récits de vie¹, analyse complétée plus tard par la réalisation de 15 histoires d'entreprises à partir d'entretiens biographiques réalisés avec des fondateurs de « *start-up* » de la région Aquitaine. Mon enquête qualitative s'appuie donc principalement sur l'usage de la méthode biographique appliquée à l'étude de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale.

Constitution de l'échantillon de l'enquête qualitative

L'enquête s'appuie sur 45 entretiens, réalisés entre 2004 et 2006, sous la forme de récits de vie, avec des créateurs d'entreprise aquitains. Le terrain s'est limité à la région Aquitaine pour des raisons essentiellement pratiques, cette dernière ayant par ailleurs l'avantage de se situer dans la moyenne nationale sur la plupart des grandes variables mobilisées dans les enquêtes SINE de l'INSEE (voir infra).

Les premiers entretiens exploratoires, réalisés à partir des opportunités offertes par mon réseau de relations et celui de mon entourage, ont mis en lumière les difficultés pour accéder à cette population d'entrepreneurs qui, en tant que chefs d'entreprise, sont souvent la « tête dans le guidon », comme ils le disent typiquement. Ils n'étaient par conséquent pas toujours disposés à accorder le temps nécessaire à un jeune chercheur leur demandant de « raconter leur vie ». La prise de contact a donc été plutôt difficile au départ, devant essuyer un certain nombre de refus. Une fois le contact établi, le problème était aussi d'arriver à dégager une plage horaire suffisamment large pour permettre la réalisation d'entretiens biographiques. En effet, mes interlocuteurs n'avaient souvent pas plus d'une heure à me consacrer. Dans les faits, les entretiens ont duré environ 2 heures en moyenne, allant même parfois très au-delà. Beaucoup se sont en effet pris au jeu de l'entretien et y ont vu l'intérêt de justement « sortir la tête du guidon » et prendre du recul sur leur parcours. Ils m'ont donc souvent parlé plus longtemps que

¹ BERTAUX Daniel, *Le récit de vie*, Paris, Armand Colin, Coll. 128, 2016 (4^{ème} édition).

prévu et dans certains cas, un second rendez-vous a été programmé lorsque leur calendrier était trop contraint pour terminer l'entretien.

Les premiers contacts ont été pris à partir de deux bases de données représentatives des entreprises actives en Aquitaine au moment de l'enquête, fournies par la Chambre de commerce et d'industrie d'une part et par la Chambre des métiers et de l'artisanat d'autre part. Face aux difficultés à obtenir des rendez-vous à partir de ces listings, j'ai finalement opté pour la technique dite de « proches en proches », c'est-à-dire en m'appuyant sur les contacts des premiers entrepreneurs rencontrés et ainsi de suite. Ayant cette fois l'avantage d'être recommandé, la mise en contact a été plus aisée et les conditions de réalisation des entretiens biographiques facilitées. La démarche a consisté ensuite à « sélectionner », au fil de l'eau, dans les différents contacts proposés par mes interlocuteurs ceux qui allaient dans le sens de la diversité recherchée dans les profils des entrepreneurs et les caractéristiques des entreprises. Pour respecter l'hétérogénéité de la catégorie des entrepreneurs, j'ai privilégié autant que possible l'étude des cas les plus variés tant au niveau du profil du créateur (sexe, âge) qu'au niveau du type d'entreprise créée (secteur d'activité, taille de l'entreprise). Les femmes apparaissent cependant sous-représentées au final (9 femmes pour 36 hommes). C'est là l'une des principales limites de cette méthode, les entrepreneurs interrogés ayant souvent du mal à m'orienter vers leurs homologues féminines. Il s'agit d'ailleurs autant d'une difficulté empirique que d'un résultat en soi confirmant la sous-représentation et le manque de visibilité des femmes dans le monde de l'entrepreneuriat. La répartition par âge est quant à elle plutôt équilibrée et se décompose ainsi : 30-35 ans (n = 14), 36-49 (n = 20), 50 ans ou plus (n = 11). En ce qui concerne la taille de l'entreprise, l'échantillon se ventile de la manière suivante : 0 salariés (n = 15), 1 à 5 salariés (n = 13), 6 à 19 salariés (n = 9), plus de 20 salariés (n = 8). La plupart des grands secteurs d'activité sont représentés : commerce-restauration (n = 8), construction (n = 9), services aux entreprises (n = 17), services aux particuliers (n = 7), Industrie (n = 2), Immobilier (n = 2). Les entreprises sont localisées essentiellement en Gironde (n = 36) et dans une moindre mesure dans les autres départements de la région (n = 9). Cet échantillon n'avait pas vocation à être représentatif de la catégorie des créateurs d'entreprise d'un point de vue purement statistique, mais simplement être suffisamment hétérogène pour être « représentatif de la diversité » de cette population.

Par ailleurs, 12 entretiens semi-directifs ont été réalisés avec des représentants d'établissements publics et privés d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise :

représentants des chambres régionales de commerce et d'industrie et des métiers et de l'artisanat, chargé de mission au service développement économique local de la mairie de Bordeaux, responsable de l'accompagnement social des créateurs d'entreprise au sein de la Caisse Sociale de Développement Local de Bordeaux, directrice de la pépinière d'entreprises « Arcsud Développement » (Villenave d'Ornon), directrice de la pépinière d'entreprises « Bordeaux Productic » (Cestas), conseiller juridique d'une société de conseil en création d'entreprise « Espace Gestion » (Lormont), président du CREPA (Association des Créateurs et Repreneurs d'Entreprises des Pyrénées Atlantiques), responsable de l'association « Aquitaine entreprendre », président d'AMENA (association bordelaise regroupant des entrepreneurs de différents de corps de métier du secteur de la construction), président du CJD (Centre des Jeunes Dirigeants), section Gironde, membre du bureau du MEDEF (Mouvement des Entreprises de France), section Gironde. A cela s'ajoute une série d'observation de réunions d'information destinées aux futurs créateurs d'entreprise organisées par la Chambre de commerce et de l'industrie et la Chambre des métiers et de l'artisanat d'Aquitaine. J'ai également participé, en tant qu'observateur, à des réunions plénières de l'association AMENA et du CJD Gironde.

La référence désormais classique à la notion de « carrière » chez Everett Hughes¹ ou Howard Becker² relève autant d'un concept théorique que d'un précepte méthodologique en ce qu'il conduit à prendre en compte la dimension processuelle de l'engagement dans une carrière pour en comprendre les fondements. Pourquoi devient-on entrepreneur ? Posée en ces termes, cette question n'aurait amené, à coup sûr, que des réponses triviales. Il convient alors de se demander « comment » ces individus sont devenus des entrepreneurs en s'engageant dans la création de leur propre entreprise. Il est d'ailleurs intéressant de voir que lorsqu'on retrace les parcours des créateurs d'entreprise, on observe qu'ils ont tous vécu une sorte de « rupture » dans leur histoire personnelle ou professionnelle au moment de créer leur entreprise, rappelant ainsi la notion de « *turning point* » chez Everett Hughes³ ou encore celle de « bifurcation » dans les analyses sociologiques des parcours de vie⁴. Il s'agit en outre de s'intéresser aux dimensions objective et subjective de la carrière telles que définies par Howard Becker : « dans sa

¹ HUGHES Everett C., « Carrières, cycles et tournants de l'existence » [1^{ère} édition 1954] in CHAPOULIE Jean-Michel, *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, Editions de l'EHESS, 1996.

² BECKER Howard, 1963, *Op. Cit.*

³ HUGHES Everett C., 1996 [1954], *Ibid.*

⁴ GROSSETTI Michel, BESSIN Marc, BIDART Claire (Dir.), *Bifurcations. Les sciences sociales face aux ruptures et à l'événement*, Paris, La Découverte, 2009.

dimension objective, une carrière se compose d'une série de statuts et d'emplois clairement définis, de suites typiques de positions, de réalisations, de responsabilités et même d'aventures. Dans sa dimension subjective, une carrière est faite de changements dans la perspective selon laquelle la personne perçoit son existence comme une totalité et interprète la signification de ses diverses caractéristiques et actions, ainsi que tout ce qui lui arrive »¹.

Le récit de vie est une méthode particulièrement adaptée lorsqu'il s'agit de rendre compte des interprétations subjectives qui guident les conduites individuelles. A l'instar de ce que propose de faire Olivier Fillieule à propos de l'engagement militant², mon approche repose aussi sur une analyse processuelle nécessaire à la compréhension des différentes dimensions de l'acte d'entreprendre compris comme une action sociale. Rappeler l'importance d'appréhender les faits sociaux dans leur dimension processuelle peut apparaître comme un truisme sociologique. On peut cependant, à la suite d'Olivier Filleule dans son analyse de la notion d'engagement, citer cet extrait de Norbert Elias, tiré de son ouvrage de poésie *Los der Menschen* (1987) : « On dit peut-être que l'homme parcourt un processus comme on dit que le vent souffle, moins que le fait de souffler est le vent lui-même »³.

Perçue en outre comme une expérience sociale au sens de François Dubet⁴, l'action d'entreprendre est envisagée comme une combinaison de logiques d'action qu'il convient de mettre au jour par le recours à la méthode biographique en donnant à voir la dimension narrative des formes de justification de l'entrée dans une carrière d'entrepreneur. La sociologie de l'expérience est ici mobilisée comme un moyen d'analyser la carrière d'entrepreneur que l'on étudie à partir du récit que les entrepreneurs font de leur parcours. La méthode biographique permet ainsi de retracer des « histoires de vie » tant sur le plan personnel que professionnel et d'analyser le regard réflexif que portent les acteurs sur leur trajectoire. La dimension rétrospective de l'exercice de l'entretien biographique permet en effet de saisir les moments clés dans les récits de carrière⁵. L'interprétation croisée des longs entretiens biographiques effectués (entre 2 et 4 heures) a ainsi permis de repérer les grands registres d'action que mobilisent les acteurs pour justifier leur engagement dans une carrière d'entrepreneur.

¹ BECKER Howard, 1963, *Op. Cit.* p. 126.

² FILLIEULE Olivier, « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Post scriptum », *Revue française de science politique*, 2001/1-2 (Vol. 51), pp. 199-215.

³ *Ibid.*, p. 199.

⁴ DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

⁵ ZALIO Pierre-Paul, 2007, *Op. Cit.*

En s'appuyant sur l'analyse des parcours de vie, cette recherche s'intéresse au déroulement de l'action en tant que processus. Le but est ici de reconstruire le sens subjectif de l'action d'entreprendre, ce qui signifie qu'on essaye de rendre intelligible les interprétations et les représentations que l'entrepreneur associe à son action. L'objectif n'est alors pas d'accéder à la représentativité mais de retrouver, par comparaison, des significations générales à travers un ensemble de cas singuliers. Comme le rappelle Georges Canguilhem : « le singulier acquiert une valeur scientifique quand il cesse d'être tenu pour une variété spectaculaire et qu'il accède au statut de variation exemplaire »¹.

Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre

On l'a vu dans la première partie, l'acte d'entreprendre, en créant une entreprise, ne peut se limiter, comme toute action sociale, ni à une reproduction pure et simple d'un modèle social, ni à un comportement qui relèverait d'une stricte rationalité économique. Il convient, dès lors, d'aborder cette action à travers un troisième registre : celui, plus subjectif, de l'éthique entrepreneuriale qui permet d'envisager l'engagement dans une carrière d'entrepreneur comme une construction de soi. C'est pourquoi, j'ai choisi de mobiliser le modèle d'analyse de l'expérience sociale de François Dubet² qui au-delà des registres de la socialisation et de la rationalité, invite également à prendre en compte la réflexivité des acteurs pour comprendre leur action. L'acte d'entreprendre est donc ici appréhendé à travers les trois grandes logiques d'action de l'expérience sociale qui, dans leur combinaison, peuvent être vues comme autant de manières de comprendre l'engagement d'un individu dans une carrière entrepreneuriale.

La première logique dite d'*intégration* fait référence à la notion de socialisation : l'individu crée une entreprise dans une logique d'insertion dans une trajectoire familiale sans pour autant que cela se limite à reproduire un modèle entrepreneurial. Le type d'éducation qu'il a reçu, le milieu social dans lequel il a vécu et, plus généralement, la manière dont il a été socialisé l'amène alors à se percevoir comme ayant été plus ou moins « prédestiné », « programmé » à devenir créateur d'entreprise. La seconde logique dite *stratégique* fait référence à la notion de rationalité économique : l'individu crée une entreprise dans une logique d'intérêt personnel ou de conduite « stratégique » visant à optimiser ses ressources (financières,

¹ GANGUILHEM Georges, *Du singulier et de la généralité en épistémologie biologique. Etude de l'histoire de la philosophie des sciences*, Paris, Vrin, 2002 [1968], p. 219.

² DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

matérielles, sociales, etc.) en fonction d'opportunités. L'individu va alors décrire son engagement dans la création d'entreprise comme le résultat d'un calcul rationnel de type coût/bénéfice. La troisième logique dite de *subjectivation* fait référence à la notion d'éthique personnelle : l'individu crée une entreprise dans une logique de construction de soi, animée par des valeurs relevant ce que j'appelle l'« éthique entrepreneuriale ». L'individu perçoit le fait de créer son entreprise comme la réalisation d'un projet personnel qui donnera du sens à son travail et à son existence. Sachant qu'aucune de ces logiques d'action ne prévaut sur une autre, il est nécessaire de repérer la manière dont elles se combinent. A travers l'usage de la méthode biographique, il devient possible de repérer comment ces entrepreneurs agencent ces différents registres d'action dans la manière dont ils justifient leur entrée dans une carrière d'entrepreneur par la création de leur propre entreprise.

Il convient par ailleurs d'aborder la création d'entreprise à travers la contingence de différentes dimensions : économique (santé économique du pays, état de la croissance et de l'innovation favorisant ou non une dynamique générale de la création d'entreprise, etc.), institutionnelle (mesures incitatives des pouvoirs publics du type aides financières, défiscalisation, facilités d'emprunts, etc.) et socioculturelle (représentation de l'entrepreneur, valeur accordée à l'initiative individuelle, etc.). C'est à partir de là que l'acte d'entreprendre peut être analysé selon les préceptes de la sociologie de l'expérience dont on recherche à la fois les conditions objectives de réalisation et le sens subjectif donné par les acteurs eux-mêmes.

CHAPITRE 1

QUI SONT LES CRÉATEURS D'ENTREPRISE ?

Afin d'objectiver un certain nombre de représentations et de visions stéréotypées du monde de l'entrepreneuriat, il paraît indispensable de commencer par faire le portrait statistique de ceux qui s'engagent dans une carrière d'entrepreneur par la création de leur propre entreprise. Dans le cadre de cette thèse, l'analyse secondaire des enquêtes SINE de l'INSEE, réalisée initialement en 2006, sera autant que possible mise en perspective avec les chiffres plus récents de l'année 2018¹. Il est d'ailleurs frappant de voir que les profils des créateurs d'entreprise et les caractéristiques des entreprises créées n'ont pas foncièrement changé depuis 2006. Comme on le verra plus loin, l'instauration du régime de l'auto-entrepreneur au 1^{er} janvier 2009 a tout de même participé à profondément modifier la structure de la population des créateurs d'entreprise en France, ce qui me conduira dans mon analyse à distinguer « auto-entreprises » et entreprises dites « classiques » comme le fait systématiquement l'INSEE dans ces publications depuis 2015. Dans ce premier chapitre, je présenterai pour commencer les principaux chiffres permettant de décrire l'évolution générale du nombre de créations d'entreprises en France depuis les années 1990. Puis, je détaillerai l'essentiel des résultats de mon propre traitement statistique en m'attachant à décrire d'une part l'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise et d'autre part les caractéristiques des entreprises nouvellement créées, avant de terminer par la présentation d'une tentative de typologie à partir d'une analyse multifactorielle².

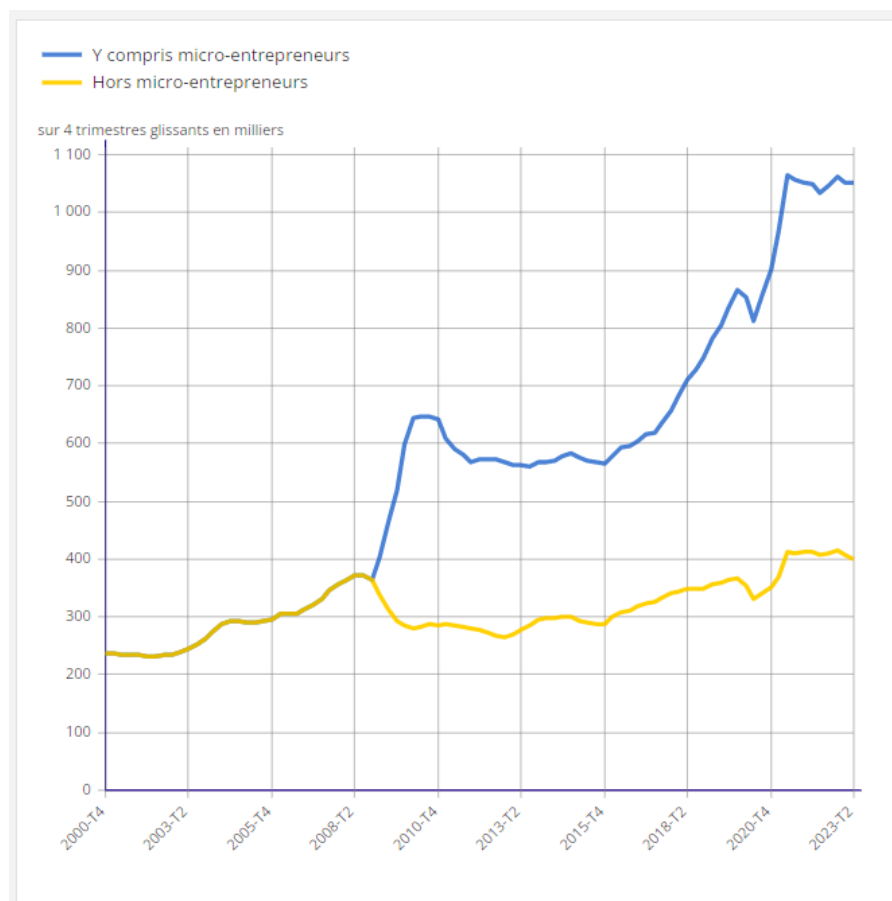
¹ Ne s'appuyant pas exactement sur la même base d'enquête (exclusion des reprises et réactivations d'entreprises, des franchises et des créations par filiales en 2006), la présentation des données de 2018 ne vise pas à faire une comparaison statistique au sens propre du terme, mais plutôt à donner des ordres de grandeur des constantes et variations de mon objet d'étude. Par ailleurs, les données actualisées présentées ici ne concernent que les entreprises dites « classiques » au sens de l'INSEE (hors auto-entreprises) qui étaient celles que j'avais étudié en 2006.

² L'ensemble des traitements opérés sur cette base de données a été réalisé à l'aide du logiciel SPSS.

L'essor de la création d'entreprise en France

Partant d'environ 150 000 créations d'entreprises par an au milieu des années 1990, le nombre annuel d'entreprises nouvelles progresse lentement pour atteindre un peu plus de 200 000 par an au début des années 2000.

Graphique 1 – Evolution du nombre de créations d'entreprises entre 2000 et 2023



Note : nombre annuel brut en milliers (sur 4 trimestres glissants) de créations d'entreprises.

Champ : France, ensemble des activités marchandes non agricoles.

Source : Insee, Sirene, Répertoire des entreprises et des établissements.

On observe une première progression importante à partir de 2003 qui porte le chiffre annuel à 350 000 entreprises nouvellement créées en 2008. Cette première augmentation significative s'explique en partie par les simplifications des démarches administratives et les mesures incitatives introduites par la loi pour l'initiative économique de 2003¹. Mais c'est

¹ Loi du 1er août 2003 pour l'initiative économique qui vise notamment à « rendre simples et rapides les formalités de création d'un entreprise ». Cf. : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000005634924>

surtout en 2009 que le chiffre des créations d'entreprises réalise un véritable bond pour atteindre 650 000 entreprises nouvellement créées cette année-là, soit une progression de 75 % par rapport à l'année précédente.

C'est l'instauration du régime de l'auto-entrepreneur au 1^{er} janvier 2009 dans le cadre de la loi de modernisation de l'économie de 2008¹ qui va dopper les chiffres de la création d'entreprise en France. Ce nouveau statut juridique de l'auto-entreprise n'est en réalité qu'une version remaniée de la microentreprise. La simplification et la communication renforcée autour de ce régime, encore confidentiel à l'époque, va littéralement faire exploser le nombre de créations d'entreprises qui va presque doubler l'année de son introduction. Les chiffres de 2010 montrent que le nombre de créations continuent d'augmenter confirmant le succès de ce nouveau régime : 622 000 entreprises créées cette année-là dont 360 000 sous forme d'auto-entreprises, soit 58 % de l'ensemble des créations. On observe cependant un premier ralentissement jusqu'en 2015 avec une diminution globale du nombre annuel de créations d'entreprises qui passe en dessous de la barre des 600 000, le régime de l'auto-entrepreneur devenant visiblement moins attrayant pour les porteurs de projet une fois passé l'effet d'aubaine de son instauration.

Le nombre de créations d'entreprises repart cependant à la hausse à partir de 2016 porté par un regain d'intérêt pour l'auto-entrepreneuriat dû en partie au doublement des plafonds de chiffres d'affaires de la microentreprise en 2018². Après avoir connu une légère diminution en 2019, année de la pandémie de COVID 19, les chiffres repartent à la hausse dès l'année suivante pour dépasser le million d'entreprises nouvellement créées par an à partir de 2021 et atteindre le chiffre record de 1 072 000 en 2022.

Comme l'illustre le graphique 1, la forte progression du nombre de créations d'entreprises en France ces dernières décennies apparaît cependant comme un trompe l'œil si l'on distingue les entreprises créées sous le régime de l'auto-entrepreneur des entreprises dites « classiques ». Depuis 2015, l'INSEE distingue systématiquement dans ces analyses les entreprises qu'elle qualifie de « classiques » et les « microentreprises » (rattachées au statut

¹ Loi du 4 août 2008 de modernisation de l'économie inspirée des propositions du rapport de la commission dite « Attali » pour la libération de la croissance française de janvier 2008 et dont l'une des mesures phares est l'instauration du régime dit de l'« autoentrepreneur ».

Cf. : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000019283050>

² 170 000€ pour les activités de commerce et 70 000€ pour les activités de services et les professions libérales.

d'auto-entrepreneur). Outre les simplifications et les assouplissements apportés par différentes mesures législatives, c'est bien la mise en place et les adaptations du régime de l'auto-entrepreneur qui expliquent en grande partie les évolutions des chiffres de la création d'entreprise en France depuis 2009, même si les entreprises classiques ont continué d'augmenter doucement mais sûrement dans le même temps passant progressivement de 300 000 à un peu plus de 400 000 créations d'entreprises nouvelles par an entre 2009 et 2022.

Auto-entrepreneurs vs entrepreneurs classiques

On vient de le voir, l'instauration du statut d'auto-entrepreneur a largement contribué à l'augmentation du nombre de créations d'entreprises en France. Cette entrée spectaculaire dans le régime peut d'abord être interprétée comme un effet d'aubaine¹. Beaucoup de ces créations se sont révélées être des « coquilles vides », celles et ceux ayant opté pour ce statut n'ayant pas toujours anticipé leur capacité à trouver une demande correspondante à leur offre de services. En effet, en 2010, moins de la moitié des auto-entrepreneurs étaient « économiquement actifs » au sens de l'INSEE, soit ceux qui ont dégagé un chiffre d'affaires positif dans un délai de quatre trimestres après leur entrée dans le régime.

Face à l'ampleur du phénomène, les conditions de radiation vont évoluer en 2011 obligeant les auto-entrepreneurs à déclarer leur chiffre d'affaires même lorsque celui-ci est nul. Ceux dont l'activité ne dégagne pas de revenus pendant 24 mois consécutifs sont alors automatiquement radiés. Ce changement a ainsi abouti à plus de 120 000 radiations pour la seule année 2011 et a participé à faire disparaître du marché ces auto-entrepreneurs sans lendemain que les faibles barrières à l'entrée dans le régime avaient participé à faire artificiellement émerger. La part des entrepreneurs économiquement *non* actifs continue d'être importante encore aujourd'hui (40% en 2018). Le revenu annuel moyen lié à l'activité indépendante reste par ailleurs assez faible, même s'il a connu une progression assez importante entre 2009 (5 500€) et 2018 (14 900€). Si près de 312 000 auto-entrepreneurs ont été radiés en 2019 en conséquence de la rupture brutale d'activité pendant la pandémie de COVID 19, les créations sous ce régime repartent aujourd'hui à la hausse.

¹ CLAISSE Christophe, « Auto-entrepreneurs », in CHAUVIN Pierre-marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 45-64.

Ce régime de l'auto-entrepreneur fait l'objet de nombreuses critiques. Il est notamment accusé de favoriser le salariat déguisé, de détourner les modalités d'embauche dans le privé comme dans le public, et plus généralement d'installer dans la précarité les demandeurs d'emploi exclus du marché du travail tandis qu'il sert de « bonus » aux salariés et/ou retraités déjà bien intégrés. Le changement de vocable des auto-entreprises dans les études de l'INSEE, rebaptisé micro-entreprises depuis décembre 2014 mais dont le nom d'usage continue d'être largement utilisé, illustre pourtant cette tendance à vouloir normaliser ce statut malgré son aspect très controversé.

Les profils des auto-entrepreneurs (micro-entrepreneurs) en 2018¹

En 2018, 749 000 entreprises ont été créées en France dont 399 000 sous le régime de la microentreprise. Parmi les micro-entrepreneurs immatriculés au premier semestre 2018, six sur dix ont commencé une activité avant la fin de l'année civile. Parmi eux, 57 % en ont fait leur activité principale. Pour les créations sous le régime du micro-entrepreneur en activité principale, les chômeurs sont les plus nombreux (37 % des créateurs), devant les salariés du secteur privé (31 %) et les personnes sans activité professionnelle (14 %). Pour celles en activité de complément, les créateurs sont d'abord des salariés du privé (45 %), loin devant les chômeurs (17 %), les étudiants ou scolaires (14 %) et les personnes sans activité (11 %). Dans ce cas, il s'agit plutôt d'une activité permettant de générer un complément de revenu. Les micro-entrepreneurs immatriculés en 2018 sont plutôt jeunes sachant que 36 % ont moins de 30 ans. La proportion d'étudiants ou scolaires a triplé depuis 2010, atteignant 13 % en 2018. 46 % ont un diplôme du supérieur. Enfin, les études longitudinales de l'INSEE montrent que 46% des micros-entrepreneurs qui ont démarré leur activité en 2018 sont encore actifs trois ans plus tard.

Pensé au départ comme une sorte de tremplin vers la création d'entreprise « classique » en tant que période de test d'un projet entrepreneurial dans le cadre d'une micro structure, le temporaire s'est souvent transformé en durable sachant que les basculements vers le régime d'entreprise individuelle de droit commun ou de société sont restés rares. Le relèvement des

¹ Voir RICHET Damien et BIGNON Nicolas, « Micro-entrepreneurs immatriculés en 2018 », *INSEE Première*, N°1821, octobre 2020 ; JULIACHS Sylvain, « Près de la moitié des micros-entrepreneurs ayant démarré leur activité en 2018 sont encore actifs trois ans après », *INSEE Première*, N°1963, juillet 2023.

plafonds de chiffre d'affaires en 2018 n'a fait qu'amplifier ce constat en actant symboliquement la possibilité de recourir au régime de l'auto-entreprise en tant qu'activité principale. Cependant le monde des auto-entrepreneurs n'en reste pas moins caractérisé par sa précarité en ce qu'il est composé majoritairement de « néo-indépendants aux faibles revenus »¹. Comme le rappelle Carine Ollivier, l'idéologie de l'entreprise de soi, incarnée jusqu'à la caricature par ce régime de l'auto-entrepreneur, « conduit donc à l'adoption d'une vision plus libérale du travail dans laquelle l'autonomie devient une valeur cardinale. Mais cette autonomie a un rôle ambigu car si elle devient un objectif pour des travailleurs déçus par le salariat, elle est aussi le socle de nouvelles formes de précarisation de ces nouveaux entrepreneurs isolés »².

L'auto-entrepreneuriat est pourtant aujourd'hui bien ancré dans le paysage entrepreneurial français et ce d'autant plus qu'il tend à suivre, voire à favoriser l'« ubérisation » d'une partie grandissante de l'économie³. En effet, ce n'est une activité principale que pour une faible majorité des auto-entrepreneurs (57% en 2018⁴). Dans le reste des cas, il s'agit plutôt d'une activité secondaire offrant un complément de revenus pour des salariés, des retraités ou encore des étudiants. En bref, beaucoup d'entrepreneurs ne le sont que par intermittence ou à temps partiel, ce qui les éloigne en partie de mon sujet. Sans être totalement en dehors de mon champ d'étude, on peut considérer que l'auto-entrepreneuriat est un objet d'étude en soi ayant d'ailleurs déjà fait l'objet d'une enquête sociologique approfondie et éclairante par Sarah Abdelnour⁵.

Je m'en tiendrai donc ici à la présentation des principaux résultats du traitement secondaire des enquêtes SINE de l'INSEE réalisée en 2006, mis en perspective avec les chiffres de 2018 portant sur les entreprises dites « classiques », c'est-à-dire hors auto-entreprises (micro-entreprises). L'analyse de ces données tend à montrer la variété des profils des créateurs d'entreprise, la diversité de leurs trajectoires et les ambitions relativement modestes des entreprises qu'ils créent.

¹ ABDELNOUR Sarah, 2017, *Op. Cit.*, p. 168.

² OLLIVIER Carine, 2020, *Op. Cit.*, p. 363.

³ ABDELNOUR Sarah, MEDA Dominique, 2019, *Op. Cit.*

⁴ RICHET Damien et BIGNON Nicolas, 2020, *Op. Cit.*

⁵ ABDELNOUR Sarah, 2017, *Ibid.*

1. L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise

La sous-représentation des femmes

Alors que les femmes constituent 47 % de la population active, elles ne représentent que 29 % des créateurs d'entreprise en 2006. Cette sous-représentation des femmes parmi les entrepreneurs n'évolue guère au fil des années, malgré la volonté des pouvoirs publics et de nombreuses associations de développer l'entrepreneuriat féminin¹. Les femmes entreprennent cependant plus que les hommes dans le secteur tertiaire et en particulier dans le commerce, les services aux particuliers et le domaine de l'éducation, de la santé et de l'action sociale. En revanche, elles créent très peu dans le secteur de la construction. On retrouve ici un schéma classique de différenciation genrée en matière d'occupation professionnelle qui ne suffit pas pour autant à expliquer les dynamiques de genre en entrepreneuriat, sachant comme le souligne Christina Constantinidis que les résultats des études en la matière apparaissent souvent contradictoires². En outre, à l'image de leur répartition sur le marché du travail, elles étaient également plus nombreuses à appartenir à la catégorie socioprofessionnelle des employés et à être inactives avant de créer leur entreprise. Enfin, elles sont plus diplômées que leurs homologues masculins avec 43 % de diplômées du supérieur contre 31 % pour les hommes.

En 2018, la part des femmes parmi les créateurs d'entreprises classiques est la même qu'en 2006 (29%). Elles représentent 50% des créations d'entreprises individuelles mais seulement un quart des entreprises créées sous forme de sociétés. Les femmes créent majoritairement dans le secteur de la santé humaine et de l'action sociale (66%) et les autres activités de services aux ménages (52%) et sont en revanche très peu présentes dans le secteur de la construction (6%)³.

¹ Voir les dispositifs et aides sur : <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/femmes-entrepreneuses-entrepreneuses-aides>. Parmi les nombreuses associations qui œuvrent à la promotion de l'entrepreneuriat féminin, on peut citer *Action'elles*, le CIDFF (Centre d'information sur les droits des femmes et des familles) ou encore *Force Femmes*, associations pour lesquelles j'ai eu l'occasion de présenter mes travaux dans le cadre de tables rondes.

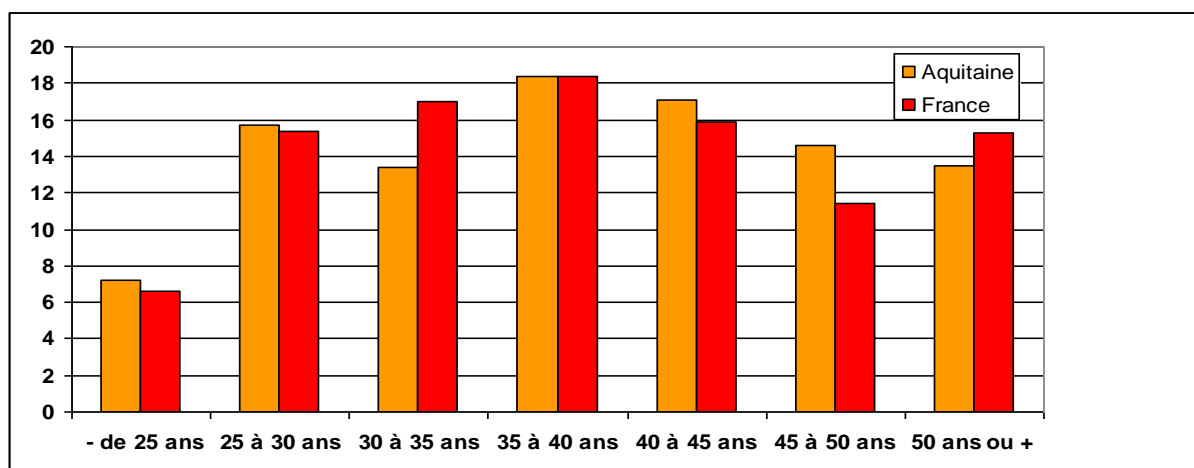
² CONSTANTINIDIS Christina, « Femmes entrepreneures », in CHAUVIN Pierre-Marie GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, p. 287-300.

³ DOROLLE Audrey, « Les créateurs de 2018 : deux sur trois sont seuls à l'origine du projet de création », *Insee Première*, N°1818, septembre 2020.

Des créateurs d'entreprise de tous âges

Les créateurs d'entreprise sont assez équitablement répartis entre les tranches d'âge de 25 à 50 ans. Seule la tranche des moins de 25 ans apparaît peu représentée parmi l'ensemble des créateurs d'entreprise (seulement 7 % des créateurs de 2006), ce qui correspond cependant à la part des 15-24 ans dans la population active à cette date. Outre le fait qu'un certain nombre d'entre eux ne sont pas encore sortis du système scolaire, les créations d'entreprise dès la sortie des études sont rares (2 %). De fait, un nombre conséquent d'entrepreneurs ont déjà une expérience assez longue du secteur d'activité dans lequel ils créent leur entreprise, comme on le verra plus loin.

Graphique 2 – Tranche d'âge du créateur (en%)



Source : *Enquête SINE 2006*

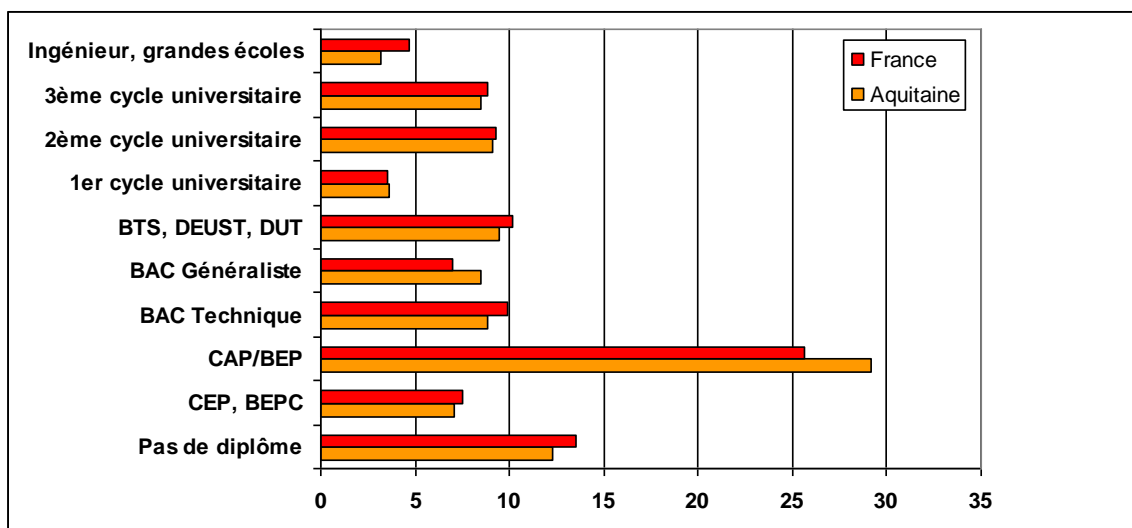
En revanche, la part des personnes âgées de 50 ans ou plus apparaît relativement faible (15 %) au regard de leur proportion dans la population active (24 %). On crée son entreprise à un âge plutôt avancé de la vie active puisque la moyenne d'âge des créateurs d'entreprise se situe autour de 38 ans et demi.

Une population peu diplômée

Avec 14 % n'ayant aucun diplôme et 33 % ayant un niveau inférieur au bac, c'est près de la moitié des créateurs d'entreprise qui n'ont pas ou peu de diplômes en 2006. Les titulaires d'un CAP ou d'un BEP constituent par ailleurs le groupe le plus important parmi les créateurs d'entreprise (26 %) et sont sans surprise surreprésentés dans les secteurs de la construction et

du commerce, où les compétences techniques priment. Si l'on ajoute les titulaires d'un « bac pro », les diplômés de l'enseignement technique sont très largement représentés parmi les créateurs d'entreprise (36 %). Les diplômés du supérieur long, dont la part est non négligeable (21 % des créateurs), s'orientent quant à eux plutôt vers la finance, l'immobilier et les services aux entreprises.

Graphique 3 – Diplôme le plus élevé du créateur (en%)



Source : *Enquête SINE 2006*

Même s'ils restent globalement peu diplômés, on observe tout de même une augmentation générale du niveau de diplôme des créateurs d'entreprise puisque quatre sur dix ont un diplôme égal ou supérieur au baccalauréat en 2006 contre trois sur dix en 1994.

Les chiffres de 2018 confirment la tendance à la hausse du niveau de diplôme parmi la population des créateurs d'entreprise. 56% des créateurs ont un diplôme de l'enseignement supérieur, 19% un diplôme universitaire de niveau supérieur ou égal à Bac+5, 15% un CAP ou BEP et 13% n'ont pas de diplôme qualifiant¹.

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

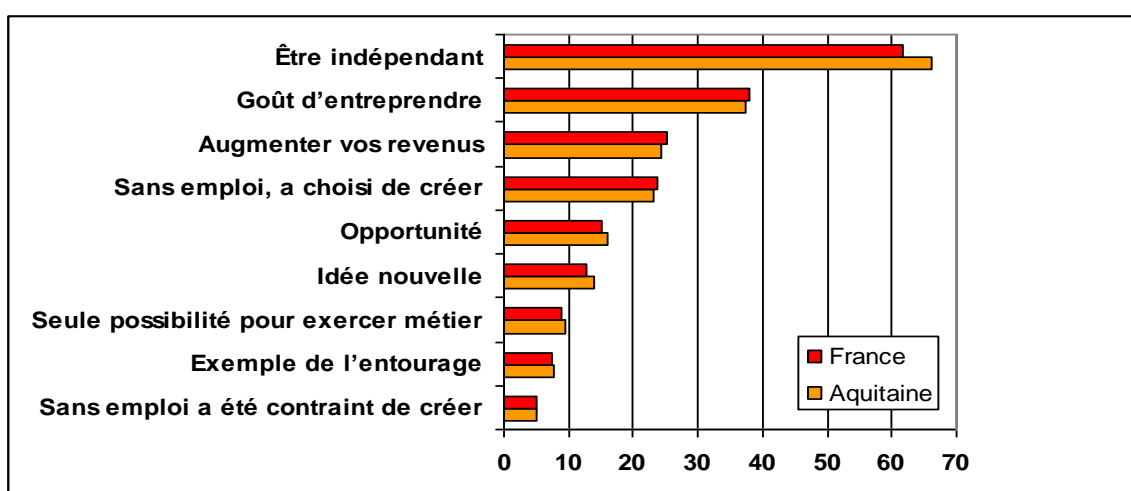
La surreprésentation des entrepreneurs étrangers

La part de créateurs d'entreprise d'origine étrangère est relativement importante avec 13 %, dont 5 % de ressortissants de l'Union européenne (UE) et 8 % de pays hors UE. Ces chiffres semblent confirmer l'hypothèse communément admise selon laquelle les étrangers ont une plus grande propension à entreprendre que les nationaux puisqu'ils ne représentent, selon le recensement de 1999, que 5,7% de la population nationale. Par ailleurs, près de quatre sur dix créent leur entreprise dans le secteur de la construction.

L'indépendance comme principale source de motivation

L'indépendance est, de loin, la principale motivation des créateurs d'entreprise en 2006. Elle est citée par plus de six entrepreneurs sur dix. Ce motif est plus fréquemment évoqué par les anciens ouvriers que par les anciens cadres, ces derniers bénéficiant généralement d'une certaine autonomie dans leur travail. Les anciens indépendants et chefs d'entreprise sont également moins nombreux à le mentionner puisqu'ils étaient le plus souvent déjà leur propre patron avant de créer une entreprise en 2006. On observe par ailleurs que la fréquence de citation de cette motivation est fonction inverse de l'âge : plus on est jeune et plus on aspire à l'indépendance en créant sa propre entreprise (82 % des moins de 25 ans contre 47 % des 50 ans ou plus).

Graphique 4 – Les motivations qui ont poussé à la création (en%)*



Source : *Enquête SINE 2006*

* Le total est supérieur à 100% car il y avait plusieurs réponses possibles

Le fait d'être « sans emploi » incite aussi à devenir entrepreneur. Près de trois créateurs sur dix déclarent s'être lancés pour cette raison, que ce soit par choix ou par contrainte. Cette motivation est, sans surprise, plus fréquemment avancée dans les catégories où l'on retrouve les plus fortes proportions de chômeurs en termes de secteur d'activité (commerce, transport, industrie et services) ou de profils (employés, 45 ans ou plus). Cette décision apparaît plus comme une contrainte que comme un choix chez les 50 ans ou plus (16 % contre 5 % pour l'ensemble).

De même, ceux qui déclarent que la création d'entreprise était la seule possibilité d'exercer leur métier (9 % de l'ensemble) sont plus souvent des inactifs (27 %), des femmes (16 %) et des diplômés du supérieur long (15 %). Si l'on associe ces trois motivations qui ramènent toutes la décision de créer une entreprise à une manière de créer son propre emploi, on observe qu'elles concernent tout de même quatre créateurs sur dix. La question de l'emploi apparaît par ailleurs centrale puisque la volonté d'assurer son propre emploi est l'objectif principal du créateur dans six cas sur dix.

Le « goût d'entreprendre » est également mentionné quatre fois sur dix sans pour autant savoir ce que ce critère désigne en réalité. Il est plus souvent cité par les jeunes que par les plus âgés (44 % des moins de 25 ans contre 26 % des 50 ans et plus). Là encore, l'enquête de l'INSEE ne dit rien de l'origine sociale du créateur, ce qui aurait permis de voir quel rôle joue la famille dans la transmission de ce goût d'entreprendre.

Le fait de vouloir augmenter ses revenus reste une motivation relativement secondaire, citée par deux créateurs sur dix seulement. Le fait de saisir une opportunité ou de chercher à exploiter une idée nouvelle sont des motifs encore moins évoqués, qui ne concernent guère plus d'un entrepreneur sur dix dans les deux cas.

Enfin, seuls 7 % des créateurs mentionnent l'exemple de l'entourage comme source de motivation. Notons, pour finir, que, quelle que soit la motivation invoquée, l'engagement dans la création d'entreprise apparaît comme un choix à long terme puisque neuf entrepreneurs sur dix déclarent envisager d'être à leur compte de façon durable.

Pour les créateurs d'entreprise de 2018, la hiérarchie des motivations est sensiblement la même. 62% affichent comme motivation principale le souhait d'être indépendant, 44% par « goût d'entreprendre » et « désir de relever défis »¹, 24% dans la perspective d'augmenter leurs revenus. Par ailleurs, comme en 2006, 89% des créateurs envisagent d'être à leur compte de façon durable. « Assurer son propre emploi » reste par ailleurs l'objectif principal (61%) avant le développement de l'entreprise en matière d'emploi (24%) ou d'investissement (15%)².

2. La diversité des trajectoires professionnelles des entrepreneurs

Une proportion d'anciens chômeurs qui tend à diminuer

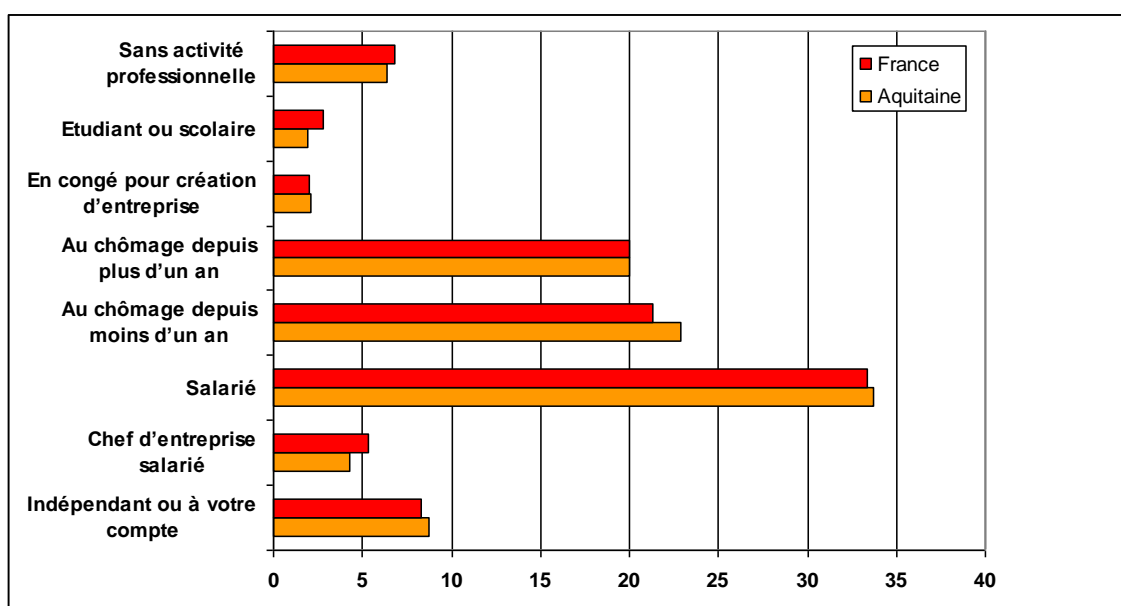
Avant d'entreprendre, 41 % des créateurs d'entreprise étaient au chômage, dont 20 % depuis plus d'un an. On comprend mieux pourquoi ils sont aussi nombreux à déclarer que l'objectif principal de la création était d'abord d'assurer leur propre emploi. Viennent ensuite les salariés (33 %), puis les indépendants ou chefs d'entreprise salariés (14 %) et enfin les inactifs composés des « sans profession » et des étudiants (10 %). Au regard du taux de chômage moyen sur l'année 2006 (autour de 9 %), la catégorie des chômeurs apparaît donc très largement surreprésentée parmi les créateurs.

Parmi les chômeurs créateurs, la tranche d'âge des 45-49 ans apparaît la plus représentée. On peut l'expliquer par le fait qu'ils sont assez âgés pour avoir du mal à retrouver du travail, mais pas assez pour envisager une retraite anticipée. La création d'entreprise peut dès lors apparaître comme un moyen de se soustraire à la discrimination dont sont victimes les seniors sur le marché du travail.

¹ Cette modalité n'était pas présente dans le questionnaire en 2006.

² DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

Graphique 5 – Situation immédiate avant la création (en%)



Source : *Enquête SINE 2006*

On observe des différences importantes dans la répartition des créateurs d'entreprise selon leur situation antérieure en 2018 avec notamment une baisse importante et continue du nombre de chômeurs (31% en 2010, 23% en 2014, 20% en 2018). Si ce changement tient en grande partie à la baisse du taux de chômage pendant cette période, elle s'explique sûrement aussi par le fait que les salariés sont aujourd'hui autorisés à démissionner et perçoivent une partie de leurs indemnités chômage dès lors qu'ils justifient d'un « projet entrepreneurial ». On peut ainsi faire l'hypothèse qu'au moment de remplir le questionnaire, ceux qui étaient dans cette situation auront plutôt eu tendance à cocher la case « salarié » pour spécifier leur situation antérieure.

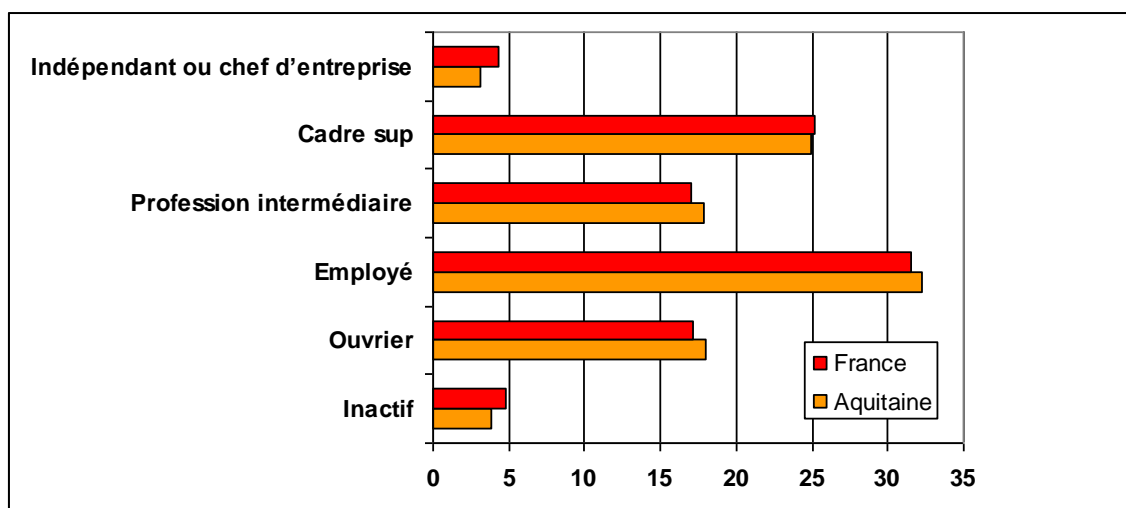
En 2018, les créateurs d'entreprise se répartissent de la manière suivante selon leur situation antérieure : 35% des créateurs d'entreprise étaient des salariés du secteur privé, 30% des chômeurs (dont 7% depuis plus d'un an), 19% des indépendants ou à leurs comptes, 12% des chefs d'entreprise. Les autres catégories (agent de la fonction publique, étudiant ou scolaire, sans activité professionnelle) apparaissent comme plus marginales avec moins de 5% des cas parmi les profils des créateurs d'entreprise¹.

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

La variété des catégories socioprofessionnelles représentées

La répartition des créateurs d'entreprise en fonction de leur qualification professionnelle montre une forte hétérogénéité sociale des profils. Si près d'un tiers des créateurs de 2006 étaient des employés avant de devenir entrepreneurs, un quart appartenait à la catégorie des cadres. Viennent ensuite les ouvriers et les professions intermédiaires (17 % pour chaque catégorie) puis, dans une proportion moindre, les inactifs (5 %) et les indépendants ou chefs d'entreprise (3 %). Les ouvriers s'orientent en grande majorité vers la construction, tandis que les cadres ont plutôt tendance à créer dans le secteur des services aux entreprises.

Graphique 6 – Catégorie socioprofessionnelle avant la création (en%)



Source : *Enquête SINE 2006*

En comparaison de la répartition de la population active occupée en 2006, la catégorie des cadres apparaît surreprésentée parmi les créateurs d'entreprise (25 % des créateurs contre 15 % des actifs occupés), tandis que celles des ouvriers et des professions intermédiaires sont sous-représentées. Cette proportion élevée de cadres peut s'expliquer par un effet « plafond de verre » de la promotion professionnelle : arrivé à un certain niveau de responsabilité, seul le fait de se mettre à son compte peut permettre d'évoluer professionnellement. S'agissant de la faible proportion de professions intermédiaires, leur position dans la hiérarchie des qualifications professionnelles laisse encore envisager des formes de promotion professionnelle avant de tenter l'aventure entrepreneuriale. L'engagement des ouvriers et des employés dans la création d'entreprise peut quant à lui être tout simplement perçu comme une volonté de s'affranchir du statut de subordonné en devenant son propre patron.

Un projet entrepreneurial entre continuité et reconversion

54 % des entrepreneurs déclarent que l'activité de leur entreprise est identique au principal métier qu'ils ont exercé dans le passé contre 43 % qui la considèrent différente. Cette proportion apparaît plus élevée dans le secteur de la construction et dans celui de l'éducation, de la santé et de l'action sociale, avec plus de deux tiers des cas où l'installation à son compte peut être considérée comme une forme de continuité professionnelle. En revanche, les secteurs du commerce et du transport apparaissent davantage comme des filières propices aux reconversions professionnelles, puisque sept créateurs sur dix concèdent ne pas avoir d'expérience dans le métier. Cependant, les données de l'INSEE ne permettent pas de savoir à quel point leur précédente expérience professionnelle diffère de la nouvelle. Lorsque l'expérience professionnelle est identique à celle du secteur d'activité dans lequel ils ont créé leur entreprise, celle-ci est plutôt longue. En effet, 87 % d'entre eux ont plus de trois ans d'expérience dans le métier concerné, et même plus de dix ans dans un cas sur deux.

Ces entrepreneurs n'en sont d'ailleurs pas nécessairement à leur coup d'essai puisqu'un quart d'entre eux avait déjà créé au moins une entreprise auparavant, même si l'entreprise n'était encore active que dans 9 % des cas au moment de l'enquête. Les quinquagénaires (un sur deux) ainsi qu'assez logiquement les trois quarts de ceux qui avaient précédemment le statut d'indépendant ou de chef d'entreprise ont ce profil de « *serial entrepreneurs* », que l'on retrouve aussi beaucoup dans le secteur de l'immobilier.

En 2018, la continuité entre le secteur d'activité précédent et celui de la création d'entreprise est plus fréquente avec 63% des répondants qui déclarent que leur activité est la même que dans leur précédent métier. De plus, 35% des créateurs avaient déjà créé une entreprise auparavant, ce qui est sensiblement plus qu'en 2006. Parmi ces « récidivistes » une majorité (59%) étaient déjà indépendants ou chefs d'entreprise et 40% continuent de diriger leur autre entreprise en parallèle de leur nouvelle création¹.

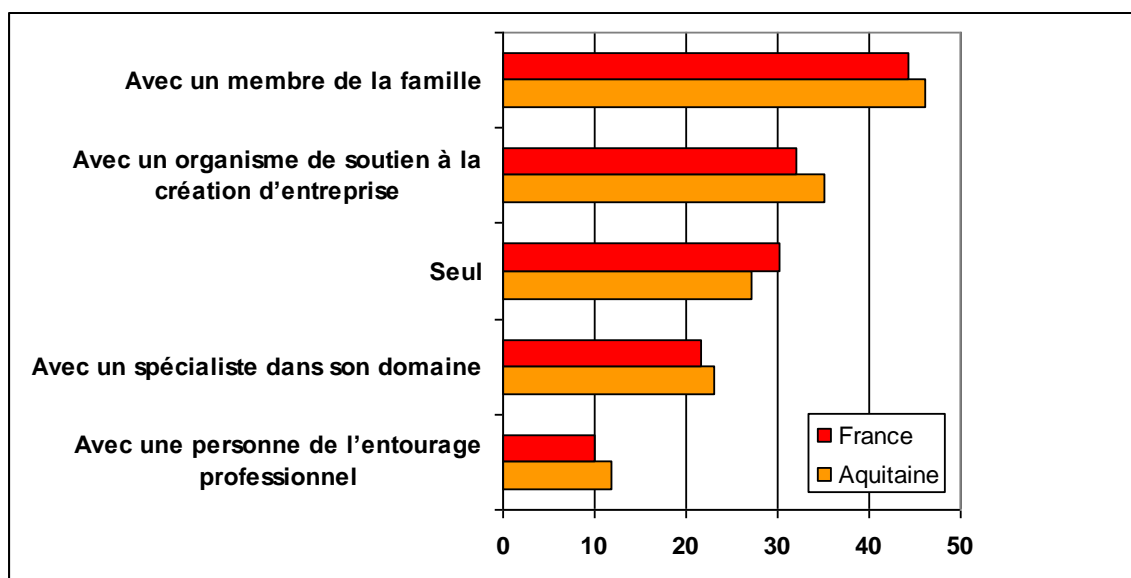
¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

La famille comme principal soutien lors de la mise en place du projet

Parmi l'ensemble des créateurs de 2006, 72 % vivent en couple et plus de la moitié ont des enfants vivant au domicile. À noter également que 69 % déclarent qu'il existe des entrepreneurs dans leur entourage, mais les données ne permettent pas de savoir quelle est la nature de ces relations sociales (familiales, amicales, professionnelles), ni l'origine sociale de ces entrepreneurs. Si les sociologues se sont souvent attachés à mettre en évidence le rôle des réseaux de relations dans les créations entrepreneuriales, je montrerai plus loin à partir de mon matériau qualitatif que les exemples entrepreneuriaux dans l'entourage n'apparaissent pas nécessairement comme des modèles ayant transmis le goût d'entreprendre.

Alors qu'un peu plus d'un quart des créateurs déclarent avoir monté seuls leur projet, près de la moitié l'ont fait avec un membre de leur famille, dont 21% avec le conjoint. Plus d'un tiers l'ont fait avec un organisme de soutien à la création d'entreprise. Viennent ensuite le recours à un « spécialiste dans son domaine » (23%) – c'est-à-dire un avocat, un conseiller juridique, fiscal ou un expert-comptable – et enfin le soutien d'une personne de l'entourage professionnel (12%).

Graphique 7 – Mise en place du projet*



Source : *Enquête SINE 2006*

* Le total est supérieur à 100% car il y avait plusieurs réponses possibles

Ce sont dans les secteurs des services aux particuliers, des transports et de l'industrie que les projets se montent le plus avec le conjoint. De manière plus générale, ce sont dans les secteurs des services aux particuliers et du commerce que les créateurs en appellent le plus à leurs relations familiales pour mettre en place leurs affaires (60% des cas). La surreprésentation des projets montés avec un membre de la famille dans le secteur des services aux particuliers peut s'expliquer par le fait que celui-ci comprend les activités liées à la restauration et à l'hôtellerie, domaines dans lesquels on crée souvent en famille.

L'entourage professionnel, bien que peu mobilisé dans l'ensemble, l'est plus souvent dans la finance et les services aux particuliers. Les créateurs ont par ailleurs plus souvent recours aux organismes d'accompagnement dans la construction et les services aux particuliers. Les conseils de spécialistes sont privilégiés par ceux qui sont dans la finance et l'immobilier. Enfin, le secteur de l'éducation, de la santé et de l'action sociale est celui où l'on monte son projet le plus souvent seul.

On observe également que les femmes mobilisent un peu plus leur entourage familial pour monter leur projet que les hommes. Enfin, plus les montants financiers engagés au départ sont élevés et plus les créateurs déclarent s'être appuyés sur leur famille, et en particulier sur leur conjoint, pour mettre en place leur projet de création (60% lorsque le capital de départ est supérieur à 160 000 €). La mobilisation de l'entourage professionnel et des organismes d'accompagnement concerne plutôt les projets qui s'appuient sur des montants financiers intermédiaires. Par ailleurs, on fait logiquement plus appel à des spécialistes juridiques, fiscaux et comptables lorsque les sommes engagées sont, dès le départ, assez élevées. On observe au final que plus le capital de départ est élevé et moins on a tendance à monter seul son projet.

Le type de relations mobilisées est sensiblement différent selon l'origine socioprofessionnelle du créateur. Les artisans, commerçants et chefs d'entreprise sont ceux qui déclarent le plus souvent avoir été seuls pour monter leur projet, soit dans un tiers des cas. Ce sont également ceux qui mobilisent le moins les organismes d'accompagnement à la création d'entreprise (seulement 11% contre un tiers pour l'ensemble), jugeant sûrement que le fait d'avoir déjà été à leur compte ou d'avoir exercé des fonctions de direction rend moins nécessaire le passage par l'appui de ce genre d'institutions. Ils sont, par ailleurs, plus nombreux à avoir déjà été entrepreneurs dans le passé, ce qui peut expliquer qu'ils fassent moins appel aux organismes d'accompagnement. Ils sont aussi ceux qui mobilisent le moins leur famille

(23%) ou à leur entourage professionnel (8%). Inversement, ils s'appuient en priorité sur les conseils d'experts dans le domaine juridique, fiscal ou comptable. De fait, c'est souvent ce genre de compétences qui font défaut à ceux qui se lancent dans la création d'entreprise. Ainsi, on peut penser que forts de leur expérience entrepreneuriale, les artisans, commerçants et chefs d'entreprise décident de privilégier ce type de soutien pour démarrer leur activité dans de bonnes conditions. La hiérarchisation des types de relations que mobilisent les cadres suit à peu près la même logique que celle des artisans, commerçants et chefs d'entreprise même si les écarts sont moins importants.

Les employés et les ouvriers suivent quant à eux une logique inverse en privilégiant d'abord l'appui de la famille d'une part et des organismes d'aide à la création d'entreprise d'autre part. Idem pour les chômeurs qui sont ceux qui font le plus appel à la famille (52%) et aux organismes d'accompagnement (47%), s'opposant en cela à ceux qui avaient le statut d'indépendants. Étant par ailleurs la catégorie la plus ciblée par les aides publiques à la création d'entreprise, on peut faire l'hypothèse que les chômeurs sont souvent mieux renseignés que les autres (notamment via Pôle Emploi) sur l'ensemble des dispositifs qui peuvent les aider dans leur démarche entrepreneuriale. C'est l'effet inverse qui se produit chez les inactifs qui du fait de leur retrait du monde du travail ont vraisemblablement moins de facilité à mobiliser des relations professionnelles ou des organismes institutionnels pour monter leur projet, le faisant le plus souvent seuls ou avec un membre de leur famille.

On observe au final que plus on est qualifié et moins on fait appel à ses relations personnelles pour mettre en place son projet, préférant par ailleurs les conseils d'experts aux organismes d'accompagnement. A l'inverse, moins on est qualifié et plus on privilégie le soutien de sa famille d'une part et des aides publiques d'autre part.

En ce qui concerne l'âge, on observe que les plus jeunes mobilisent plus l'entourage familial que leurs aînés (66% des moins de 30 ans contre 32% des 50ans et plus), ce qui se retrouve aussi dans une moindre mesure dans le fait de faire appel aux organismes d'accompagnement. Les femmes créatrices font elles aussi plus souvent appel à leur famille que les hommes pour monter leur projet (55% contre 41%).

Des relations professionnelles qui facilitent le démarrage de l'activité

Les relations professionnelles apparaissent aussi importantes au moment de se lancer dans la création d'entreprise, même si, comme on l'a vu, la moitié des créateurs n'ayant pas d'expérience du secteur d'activité dans lequel ils ont créé leur entreprise, ils peuvent difficilement mobiliser ce type de ressources relationnelles. Parmi les relations professionnelles ayant facilité la création ou le démarrage de l'activité, les fournisseurs arrivent en tête (30%), puis les clients (21%) et enfin dans une plus faible mesure l'ancien employeur (9%). Le fait de s'appuyer sur des fournisseurs pour faciliter le démarrage de son activité est plus fréquent dans le commerce, la construction et l'industrie. Lorsqu'il s'agit des clients, on retrouve sensiblement les mêmes secteurs auxquels s'ajoute celui des services aux entreprises. Enfin, l'appui de l'ancien employeur se retrouve proportionnellement plus fréquemment dans les services aux entreprises et les transports. On peut alors penser aux cas où d'anciens salariés s'installent à leur compte en devenant sous-traitant de leur ancien employeur pour faciliter le démarrage de leur activité.

De manière générale, les créateurs qui déclarent s'être appuyés sur leurs relations professionnelles sont évidemment ceux qui ont créé leur entreprise dans un secteur d'activité identique à celui dans lequel ils avaient exercé précédemment comme salarié. On observe également que ce recours aux relations professionnelles se fait plus souvent dans les secteurs où les activités de sous-traitance prennent une part importante (industrie, services aux entreprises, construction, transport). Les femmes mobilisent moins ces relations professionnelles pour lancer leur affaire que les hommes (37% contre 50%) et les jeunes moins que les plus âgés (40% des moins de 25 ans contre 51% des 50 ans et plus).

3. Les principales caractéristiques des créations d'entreprises

Des entreprises individuelles plus que des sociétés

En France, en 2006, les entreprises créées sous forme de « personne physique » (statut d'entrepreneur individuel) sont un peu plus nombreuses (54 %) que celles qui sont créées sous forme de « personne morale » (statut de société). Dans le premier cas, l'entrepreneur et

l'entreprise ne font qu'un sur le plan juridique, ce qui implique que patrimoines personnel et professionnel sont confondus. Certes, la constitution et le fonctionnement de l'entreprise s'en trouvent simplifiés, mais cela fragilise aussi la situation de l'entrepreneur en cas de faillite. Il peut en effet être saisi sur ses biens personnels même s'il garde la possibilité de protéger sa résidence principale. La constitution de l'entreprise sous forme de société permet, en contrepartie de démarches un peu plus complexes, de se prémunir de ce genre de risque en distinguant clairement la responsabilité de l'entreprise de celle du ou des fondateurs et donc de séparer les patrimoines.

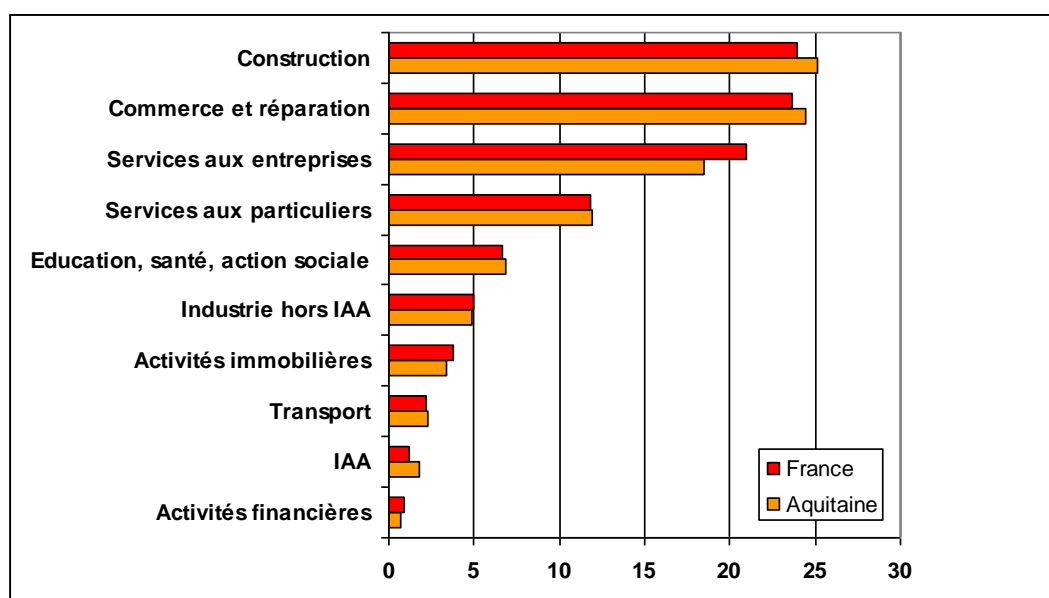
Jusqu'à l'introduction le 1er janvier 2009 du régime de l'auto-entrepreneur, la part des entreprises immatriculées sous forme de société n'avait cessé de s'accroître passant de 40 % en 1998 à 50 % en 2007. La tendance s'est aujourd'hui largement inversée si l'on englobe micro-entreprises et entreprises « classiques ». En 2018, les entreprises individuelles représentent 61% des créations d'entreprises (dont 45% pour les seules micro-entreprises), contre 29% de sociétés. Au sein de cette dernière catégorie, les sociétés par actions simplifiées (SAS) sont aujourd'hui la forme la plus choisie (61%) devant les SARL (37%)¹.

Les services, la construction et le commerce : des secteurs privilégiés

Les secteurs de la construction et du commerce concentrent quasiment la moitié des entreprises créées en France en 2006. Celui des services représente un tiers des nouvelles entreprises, les services aux entreprises (21%) devant ceux qui sont destinés aux particuliers (12%). Viennent ensuite les secteurs de l'éducation, de la santé et de l'action sociale (7%), de l'industrie (7%). Enfin, les secteurs de l'immobilier (3%), du transport (2%) et plus encore de la finance (1%) apparaissent comme des activités plus marginales.

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

Graphique 8 – Secteur d’activité des nouvelles entreprises en 10 postes (en%)



Source : *Enquête SINE 2006*

La forte proportion d’entreprises qui se créent dans la construction et dans les services peut s’expliquer par le fait qu’en 2006 le secteur était encore florissant même s’il est aujourd’hui en crise. Le commerce reste quant à lui un secteur d’activité qui a toujours été privilégié par les créateurs d’entreprise peut-être parce qu’il apparaît, sûrement à tort (c’est comme on le verra plus loin le secteur où les taux de survie sont les plus faibles), comme facile d’accès. Entre 2000 et 2006, les secteurs qui connaissent les progressions les plus fortes en termes de créations d’entreprises sont l’immobilier, les services aux entreprises (et en particulier les activités informatiques et de télécommunication), la construction et l’éducation, la santé et l’action sociale.

Le changement de nomenclature dans la répartition des secteurs d’activité en 10 postes par l’INSEE rend difficile la comparaison entre 2006 et 2018, d’autant que les analyses de l’INSEE présentent quasiment systématiquement ces chiffres en fusionnant entreprises classiques et auto-entreprises (micro-entreprises). Si l’on opère une distinction plus large, on observe néanmoins une tendance à la progression des activités dites de services au détriment des activités liées au secteur de l’industrie et de la construction, parmi dans les domaines d’activité privilégiés par les créateurs d’entreprise.

En 2018, les activités « secondaires » (construction ; industrie) ne représentent ainsi plus que

14% des créations d'entreprises. Les créations dans les activités de type commerce (commerce de détail ; commerce de gros ; commerce de bouche ; immobilier ; hébergement et restauration ; commerce et réparation automobile) concernent quant à elles 28% des entreprises nouvellement créées. Enfin, les activités de type services (courtage ; transports et entreposage ; activités spécialisées scientifiques et techniques ; activités de soutien aux entreprises ; information et communication ; enseignement ; arts, spectacles et activités récréatives ; santé humaine et action sociale ; activités financières et d'assurance) constituent une assez large majorité des créations d'entreprises en 2018 à hauteur de 58%¹.

Des entreprises qui restent fragiles

Un tiers des entreprises ont disparu trois ans après leur création et seules la moitié d'entre elles demeurent après cinq ans. Le secteur d'activité, le montant des moyens utilisés au démarrage, l'expérience professionnelle du chef d'entreprise sont les principaux facteurs de survie de l'entreprise.

Tableau 1 – Taux de survie à trois ans des créations pures de 2002 selon les caractéristiques du projet (%)²

	Taux de survie à 3ans (%)	Chances de survie	Part dans les créations (%)
Ensemble	65	//	100
Secteur d'activité			
Industrie	68	1,4 *	7,8
Construction	76	2,0 *	20,7
Commerce	56	REF	26,3
Transports	71	1,7 **	2,3
Services aux entreprises	65	1,2 **	18,3
Services aux particuliers	62	1,4 *	24,6
Catégorie juridique			
Personne physique	60	REF	69,2
Personne morale	77	2,0 *	30,8
Capital de départ			
- de 8000€	65	REF	61,6
8000€ et +	74	1,3 *	38,4

¹ Cf. le tableau consolidé présenté dans la note d'analyse de BPI France « La création d'entreprise en France. Année 2018 ».

² Pour mesurer l'impact de chaque facteur sur la survie à trois ans des entreprises, une approche permettant de raisonner « toutes choses égales par ailleurs » a été mise en œuvre à l'aide d'un modèle de régression (LOGIT).

Prise de conseils			
Oui	70	REF	71,8
Non	64	0,8 *	28,2
Emploi de salariés			
Oui	74	0,7 *	16,9
Non	63	REF	83,1
Sexe			
Homme	69	REF	70,9
Femme	65	NS	29,1
Age			
- de 30 ans	70	0,8 *	19,6
30-39 ans	75	REF	36,1
40-49 ans	70	NS	29,2
50 ans ou +	64	0,7 *	15,1
Niveau de diplôme			
Inférieur au BEPC	62	REF	23,3
CAP-BEP	73	1,4 *	26,6
Supérieur au BAC	66	NS	19,5
Statut antérieur			
Actif	73	REF	44,2
Chômeur (- d'un an)	68	0,8 *	20,7
Chômeur (+ d'un an)	64	0,8 **	17,9
Inactif	60	0,8 *	17,2
Expérience pro antérieure			
Identique ou voisine	73	REF	51,6
Différente	64	0,7 *	33,1
Aucune expérience	61	NS	15,3
Nombre de créations préalables			
Aucune	69	REF	69,9
Au moins une	66	0,8 *	30,1

Source : INSEE – Enquête SINE

* Significatif à 5% / ** Significatif à 10% / NS : Non Significatif / REF : Individu de référence

Note de lecture : Les créateurs du secteur de la construction réussissent mieux « toutes choses égales par ailleurs ». La probabilité qu'une entreprise de ce secteur soit encore active trois ans plus tard est 2 fois plus grande que celle d'un créateur du commerce pris comme référence (REF).

Ainsi, toutes choses égales par ailleurs, les entreprises créées dans la construction ont deux fois plus de chances d'être encore actives au bout de trois ans que celles créées dans le commerce. Les entreprises créées sous forme de sociétés, celles qui ont un capital de départ de plus de 8 000 € et celles qui emploient des salariés, résistent mieux que les autres. Le fait d'avoir entre 30 et 39 ans, d'être détenteur d'un CAP, d'être actif avant la création et d'avoir déjà une expérience du secteur d'activité choisi, sont des facteurs favorables à la pérennité de l'entreprise.

4. De nouvelles entreprises aux ambitions modestes

Des entreprises créées généralement sans salariés, avec le fondateur comme seul maître à bord

En 2006, 88 % des entreprises nouvellement créées démarrent sans aucun salarié. Ce taux reste sensiblement le même un an après, à hauteur de 84 %. C'est d'ailleurs une tendance lourde puisque la part des entreprises employant au moins un salarié dès le démarrage n'a cessé de diminuer au fil des années (25 % en 1994, contre 12 % en 2006). On observe cependant que plus le capital de départ de l'entreprise est élevé, plus il y aura de chances qu'il y ait des emplois salariés dès le démarrage. Les entreprises créées avec le plus de salariés au départ se situent dans le secteur de l'industrie. Par ailleurs, les trois quarts des entrepreneurs se lancent seul dans la création d'entreprise. Le quart restant exerce soit en codirection avec un membre de la famille (15 % dont 10 % avec le conjoint), soit avec un ou plusieurs autres associés (11 %).

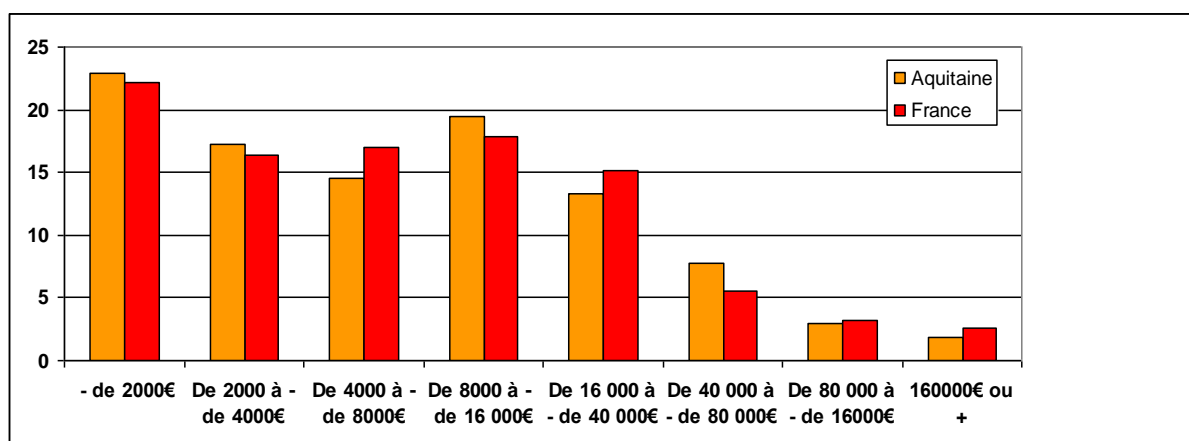
En 2018, parmi les entreprises créées au premier semestre, un peu plus d'un quart (27%) sont, en novembre de la même année, dites « employeuses », c'est-à-dire qu'elles emploient au moins un salarié en plus du créateur. Les entreprises créées sous forme de sociétés sont plus souvent employeuses que les entreprises individuelles (31% contre 11%). On observe en outre de grandes disparités parmi les secteurs : ceux de l'hébergement, de la restauration et de la construction apparaissent comme les plus dynamiques en matière de créations d'emploi dès la première année avec par exemple 40% des entreprises créées dans la construction qui ont embauché au moins salarié à la fin de première année de création. Par ailleurs, en 2018, 68% des créateurs déclarent avoir démarré seuls leur entreprise, ce qui est largement moins qu'en 2006 (différence qui peut sûrement s'expliquer par le fait d'avoir exclu les reprises d'entreprises dans mon panel), tandis que 22% des entreprises ont été initiées par deux personnes et 10% par trois ou plus¹.

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

Des entreprises avec de faibles moyens et des perspectives de développement restreintes

En 2006, les nouvelles entreprises démarrent le plus souvent avec des budgets modestes puisqu'ils ne dépassent pas les 8 000 € dans 54% des cas. Plus encore, près d'un quart des créateurs déclarent avoir démarré leur activité avec moins de 2 000 €. Les créations d'entreprises démarrant avec des budgets dépassant les 80 000 € ne représentent, quant à eux, qu'une part infime des entreprises nouvelles (5% des cas).

Graphique 9 – Montants des moyens nécessaires au démarrage (en%)



Source : *Enquête SINE 2006*

La construction et les services aux entreprises sont les secteurs où l'on trouve la part la plus importante de « petits » projets entrepreneuriaux avec plus de la moitié qui se montent avec moins de 2 000 €. Dans ces secteurs où l'appui sur son ancien réseau de clientèle et les activités de sous-traitance sont fréquents, il suffit souvent de quelques contrats pour démarrer son activité. À l'inverse, le commerce, les services aux particuliers, la finance et l'immobilier sont les secteurs où la part des « gros » projets est la plus importante. Plus de 40% des entreprises créées dans le commerce le sont avec plus de 80 000 € de capital de départ, secteur où il est souvent nécessaire d'investir des sommes importantes pour acheter son fonds de commerce par exemple (idem pour l'achat de licence pour les hôtels et restaurants dans le secteur des services aux particuliers). Pour ce qui est des secteurs de la finance et de l'immobilier, l'essentiel de l'activité s'appuie sur un jeu de spéculation dans lequel les sommes de départs sont souvent importantes notamment dans le cas de l'achat d'un bien immobilier.

Ce constat est à mettre en parallèle avec les principaux objectifs de ceux qui s'engagent dans la création de leur propre entreprise, sachant que près des deux tiers des entrepreneurs déclarent s'être installés à leur compte avant tout pour « assurer leur propre emploi ». Très peu

évoquent le fait de développer leur entreprise, que ce soit en termes d'emploi (19 %) ou en termes d'investissements (12 %) comme l'un de leurs objectifs. De fait, les créateurs de 2006 ne sont que 23 % à déclarer vouloir embaucher dans les douze mois à venir.

En 2018, la répartition des moyens financiers est globalement la même qu'en 2006. 51% des créateurs d'entreprise se lancent avec moins de 8 000€ dont 13% sans aucun moyen financier. Les entreprises créées sous forme de sociétés bénéficient en moyenne de moyens plus conséquents au démarrage que les entreprises individuelles. Ainsi, alors que 41% des entreprises individuelles démarrent avec moins de 1 000€, cette proportion n'est que de 11% du côté des sociétés. Certains secteurs d'activité comme l'hébergement et la restauration ou encore l'industrie impliquent aussi des mises de départ souvent plus importantes au moment de la création¹.

Des entreprises fréquemment aidées

La moitié des créateurs ont obtenu des aides sous formes de subventions ou de primes pour créer leur entreprise en 2006. Parmi ces dispositifs d'aide à la création d'entreprise, l'ACCRES² (Aide aux chômeurs créant ou reprenant une entreprise) reste de loin le plus important (40%). De fait, comme on l'a vu précédemment, près de 45% d'entre eux étaient d'anciens chômeurs en 2006. Viennent ensuite les exonérations de cotisations ou d'impôts (liées à l'installation en ZFU³ par exemple) pour 16% des créateurs, puis dans une beaucoup plus faible mesure les prêts à la création d'entreprise (PCE) et les aides locales ou régionales pour 6% d'entre eux. Enfin, l'EDEN⁴ (Encouragement au Développement des Entreprises Nouvelles) est devenu un dispositif tout à fait marginal (4%) en passant du statut de prime à celui de prêt sans intérêt d'une durée maximale de cinq ans à partir de 2004.

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

² L'ACCRES exonère totalement ou partiellement le bénéficiaire du dispositif des cotisations sociales durant la première année d'exercice.

³ Les entreprises qui se créent dans les zones classées Zone Franche Urbaine (ZFU) peuvent bénéficier d'exonérations des charges sociales patronales, des impôts sur les bénéfices, de la taxe professionnelle et de la taxe foncière pour une durée d'un an ou plus.

⁴ L'EDEN est une avance remboursable sur cinq ans d'un montant de 6 098 € maximum pour un seul créateur.

Parmi les catégories qui bénéficient le plus des aides à la création, les chômeurs arrivent donc logiquement en tête avec plus des trois quarts d'entre eux. Ceux qui créent dans les secteurs innovants, au sens de l'INSEE, sont aussi proportionnellement plus aidés que les autres (deux tiers). On retrouve là les deux grands profils des bénéficiaires des aides publiques : les précaires (chômeurs et les personnes en difficulté) d'un côté et les innovateurs technologiques de l'autre. Il est également intéressant d'observer que ceux qui ont fait appel à un organisme d'accompagnement sont aussi ceux qui bénéficient le plus d'aides (76%) en comparaison de ceux qui ont monté seul leur projet (29%).

Au-delà du recours fréquent aux aides publiques, un peu plus d'un tiers des entrepreneurs financent leur projet par le biais de l'emprunt bancaire (23% au nom de l'entreprise, 14% en nom propre), les modes de financement pouvant évidemment aussi être combinés. Il faut cependant noter qu'ils sont tout de même un tiers à ne pas avoir d'autres sources de financement que leurs ressources personnelles. L'apport en capital d'autres sociétés reste quant à lui un système de financement tout à fait marginal (2%).

En 2018, 4 créateurs d'entreprise sur 10 ont bénéficié d'au moins un dispositif d'aides. L'ACCRE continue d'être la plus fréquemment obtenue pour un tiers d'entre eux. Le maintien sous condition des allocations chômage reste par ailleurs l'une des principales mesures d'accompagnement des créateurs d'entreprise aujourd'hui. L'Aide à la reprise et à la création d'entreprise (ARCE) permet par exemple le versement en deux fois du montant des allocations chômage sous forme de capital. 9% ont bénéficié de cette aide en 2018¹. Les autres peuvent continuer à percevoir le versement mensuel des allocations chômage lors des premiers mois d'activité (il est alors modulé en fonction du revenu professionnel déclaré). Les salariés démissionnaires peuvent désormais eux aussi bénéficier du versement de l'allocation chômage dès lors qu'ils justifient d'un projet entrepreneurial de reconversion professionnelle.

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

Des entreprises qui se développent peu à court terme et moyen terme

Le nombre d'emplois créés dans ces nouvelles entreprises reste en moyenne relativement faible. Les chiffres de la cohorte de 2002 montrent qu'au-delà de la création du propre emploi de l'entrepreneur, les entreprises nouvellement créées engendrent peu d'emplois salariés. Au bout de trois ans d'existence, le nombre moyen de salariés passe de 0,8 au démarrage à 1,7. Globalement, seulement un quart des entreprises toujours en activité trois ans plus tard ont créé des emplois. Parmi les entreprises créées en 2002 qui existent encore en 2005, la moitié d'entre elles n'a pu faire mieux que maintenir son niveau d'activité, ce qui explique en partie le fait de ne pas avoir embauché. Par ailleurs, six créateurs sur dix déclarent avoir rencontré des difficultés pendant les trois premières années, la principale étant la gestion administrative de l'entreprise.

En 2018, signe que les démarches de création et de gestion des entreprises ne se sont pas nécessairement simplifiées, c'est cette fois près de huit créateurs sur dix qui déclarent avoir rencontré des difficultés pour mener à bien leur projet, là encore principalement dans le règlement des formalités administratives.

La part des entreprises employeuses reste là encore assez faible à la création (6%), ces dernières démarrant leur activité avec 2,7 salariés en moyenne¹. Si on s'appuie sur la cohorte de 2014, la part des entreprises employant un salarié passe à 27% parmi celles existant encore 3 ans plus tard, et à 36% parmi celles existant encore 5 ans plus tard².

Une clientèle essentiellement locale

L'origine géographique de la clientèle des entreprises nouvellement créées est principalement locale ou de proximité (59%), voire régionale (22%). L'existence d'une clientèle nationale reste minoritaire (15%) et encore plus lorsqu'elle est internationale (4%). Ce genre de clientèle élargie concerne principalement les services aux entreprises, le commerce et

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Op. Cit.*

² GOURDON Hugo, « les créations d'entreprises en 2018 », *Insee Première*, N°1734, janvier 2019.

l'immobilier. Dans l'ensemble, la clientèle reste assez diversifiée puisque 63% déclarent avoir plus de 10 clients dont 13% un très grand nombre. Elle est centrée sur les particuliers (64%) et concerne dans une moindre mesure des entreprises (32%), les administrations et les organismes publics ne représentant que 4% de la clientèle des nouvelles entreprises. On constate par ailleurs qu'un tiers des entreprises créées effectue des travaux de sous-traitance, ce qui constitue pour 11% d'entre elles la principale source de chiffre d'affaires. Ces activités de sous-traitance concernent en particulier les entreprises créées dans les secteurs de la construction (53%), du transport (46%), de l'industrie (42%) et des services aux entreprises (39%).

En 2018, les chiffres sont sensiblement les mêmes avec 61% de clientèle locale, 19% de clientèle régionale et 16% nationale ou internationale. On sait en outre que cette clientèle est composée en majorité de particuliers (57%)¹.

Des entreprises peu « innovantes »

Si elles focalisent souvent l'attention médiatique, les entreprises créées dans les secteurs dits innovants (selon la définition retenue par l'INSEE²) ne représentent que 5 % de l'ensemble des créations en France en 2006. Cette part infime conduit en partie à remettre en cause la vision schumpétérienne de l'entrepreneur innovateur même si le fait de cantonner l'innovation à quelques secteurs d'activité peut paraître discutable. D'autres données permettent néanmoins de nuancer ce premier résultat. Trois créateurs sur dix considèrent que la technologie est un support important ou à la base de leur activité. Ils sont par ailleurs plus de la moitié à le penser dans le secteur des services aux entreprises. De plus, près d'un tiers des créateurs estime avoir introduit des produits ou des services nouveaux sur le marché, 14 % avoir développé des concepts novateurs de vente et 9 % avoir introduit des méthodes ou des procédés nouveaux de production. Cependant, même quand on s'appuie sur une définition plus large de l'innovation sans se limiter aux secteurs d'activité ou à l'aspect technologique de l'activité, les entrepreneurs innovateurs restent nettement minoritaires. Ces données sont à mettre en relation avec le fait

¹ DOROLLE Audrey, 2020, *Ibid.*

² En 2006, le champ des secteurs dits innovants inclut 42 secteurs liés principalement aux technologies de l'information et de la communication (TIC), aux produits pharmaceutiques, aux biotechnologies et aux nouveaux matériaux.

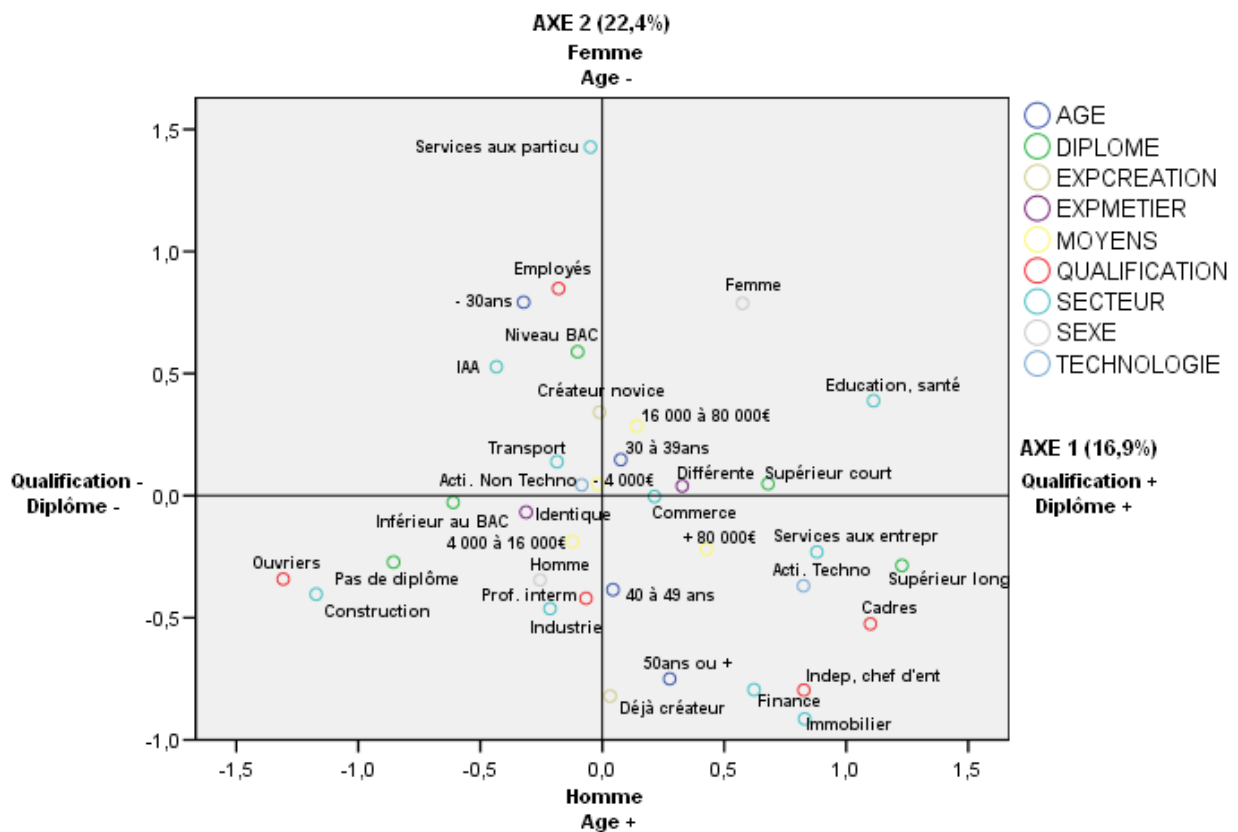
que seuls 14 % des entrepreneurs interrogés considèrent que la volonté d'exploiter une idée nouvelle est à l'origine de la création de leur entreprise comme on l'a vu précédemment¹.

Les données statistiques présentées ici permettent en partie de rompre avec une vision stéréotypée, voire fantasmée, de l'entrepreneur. L'association entre entrepreneur et innovation est comme on vient de le voir loin d'être évidente. Les nouvelles entreprises se créent très rarement dans les secteurs dits innovants même si la technologie reste un support important de l'activité pour un tiers d'entre eux. La notion de risque associée à l'acte d'entreprendre doit aussi être relativisée, la plupart des projets de création d'entreprise se révélant modestes tant sur les montants financiers engagés que sur les objectifs affichés par les entrepreneurs. Ces derniers n'ont d'ailleurs souvent pas d'autre ambition que d'assurer leur propre emploi. La volonté d'être indépendant apparaît comme la principale motivation des créateurs d'entreprise, qui, de fait, dirigent seuls leur entreprise et n'ont dans la plupart des cas aucun salarié. Pour autant, la création d'entreprise n'est pas une aventure solitaire. Les entrepreneurs ne se privent pas de mobiliser leurs ressources relationnelles, et en particulier familiales, lorsqu'il s'agit de mettre en place leur projet. Si la présentation des principales caractéristiques des créateurs d'entreprise permet de remettre en cause un certain nombre de stéréotypes sur les entrepreneurs, cette population n'en reste pas moins difficile à appréhender dans son ensemble tant elle est hétérogène.

¹ Dans la présentation des résultats de l'enquête de 2018, cette distinction des entreprises nouvellement créées selon leurs profils innovants n'est d'ailleurs pas exploitée par l'INSEE. Le potentiel d'innovation des entreprises est mesuré dans une autre enquête baptisée « Capacité à innover et stratégie » (CIS) qui porte sur l'ensemble des entreprises et non plus seulement sur les créations d'entreprises. Voir par exemple le chapitre « Innovation » du rapport annuel « Les entreprises en France. Edition 2022 ».

L'analyse des correspondances multiples (ACM) présentée ci-dessous permet de restituer graphiquement l'essentiel des informations présentées précédemment.

Graphique 10 – Représentation factorielle des profils des créateurs et créations d'entreprises en 2006



L'axe 1 oppose nettement les plus qualifiés (cadres, indépendants et chefs d'entreprise) aux moins qualifiés (ouvriers), les moins diplômés (pas de diplôme et inférieur au bac) aux plus diplômés (supérieur court et supérieur long) et le secteur de la construction à la plupart des autres secteurs (éducation, santé et action sociale, services aux entreprises, finance et immobilier). L'axe 2 sépare quant à lui les femmes des hommes, les plus jeunes (moins de 30 ans) des plus anciens (plus de 40 ans), les « primo-créateurs » de ceux qui ont déjà créé une entreprise par le passé.

L'analyse des correspondances multiples (ACM)

Le graphique 10 présente les résultats d'une analyse des correspondances multiples réalisée à partir des données relatives aux créateurs et à la création d'entreprise en 2006. Les neuf variables retenues (sexe, âge, niveau de diplôme, niveau de qualification, expérience du métier, expérience de la création, secteur d'activité, usage de la technologie, moyens nécessaires au démarrage) permettent ainsi de distinguer des profils de créateurs d'entreprise.

Variance expliquée

Le modèle explique 39% de la variance. Les variables niveau de qualification, secteur d'activité et niveau de diplôme sont celles qui participent le plus à l'inertie des deux axes. L'axe 1 sépare ainsi les plus qualifiés des moins qualifiés et les plus diplômés des moins diplômés. Idem pour l'axe 2 qui sépare les hommes des femmes, les plus jeunes des plus âgés et ceux qui ont déjà créé une entreprise de ceux qui créent pour la première fois.

Modalités des variables retenues

Sexe : Homme, Femme

Age : - de 30 ans / 30 à 39 ans / 40 à 49 ans / + de 50 ans

Niveau de diplôme : Pas de diplôme / Inférieur au baccalauréat / Niveau baccalauréat / Supérieur court / Supérieur long

Niveau de qualification : Ouvrier / Employé / Profession intermédiaire / Cadre / Indépendant et chef d'entreprise

Expérience du métier : Identique / Différente

Expérience de la création : Créateur novice / Déjà créateur

Secteur d'activité : IAA / Industrie / Construction / Commerce / Immobilier / Finance / Services aux entreprises / Services aux particuliers / Education, santé, action sociale

Usage de la technologie : Activité technologique / Activité non technologique

Moyens nécessaires au démarrage : - de 4 000€ / 4 000 à 16 000€ / 16 000 à 80 000 € / + de 80 000€

Quatre groupes de créateurs d'entreprise se distinguent principalement selon leurs niveaux de qualification et de diplôme, le secteur d'activité dans lequel ils ont créé, leur sexe et leur âge.

Le premier groupe est composé d'hommes, pas ou peu diplômés. Ce sont d'anciens ouvriers ou professions intermédiaires. Les ouvriers créent en priorité dans la construction, tandis que les professions intermédiaires créent plutôt dans l'industrie, privilégiant dans les deux cas des secteurs d'activité proches de leur expérience professionnelle passée. Leurs projets se montent avec des budgets relativement modestes (de 4 000€ à 16 000 €).

Le deuxième groupe est composé d'individus âgés de plus de 40 ans, diplômés du supérieur long. Ce sont d'anciens cadres, des indépendants et des chefs d'entreprise. Les cadres privilégient le secteur des services aux entreprises et les activités où la technologie occupe une place importante. Les indépendants et les chefs d'entreprise, parmi les plus âgés (50 ans et plus), s'orientent plutôt vers la finance et l'immobilier et ont déjà une expérience de la création d'entreprise. Plus généralement, ce groupe réunit les projets aux budgets les plus conséquents (plus de 80 000 €), ce qui explique qu'il soit également associé au secteur du commerce où il est nécessaire d'avoir un capital de départ important.

Le troisième groupe est composé de femmes, âgées de 30 à 40 ans, diplômées du supérieur court. Elles créent principalement dans le secteur de l'éducation, de la santé et de l'action sociale et, dans une moindre mesure, dans le commerce. Elles n'ont pas nécessairement une expérience professionnelle du secteur d'activité dans lequel elles s'engagent. Les sommes investies pour démarrer l'activité sont à un niveau intermédiaire (16 000 à 80 000 €).

Le quatrième groupe est composé de jeunes de moins de 30 ans, ayant un niveau d'étude équivalent au baccalauréat. Ils créent plutôt dans les secteurs des services aux particuliers, de l'industrie agro-alimentaire et du transport et, plus généralement, dans des activités où la technologie intervient peu. Les moyens nécessaires au démarrage semblent par ailleurs beaucoup plus modestes que dans les autres groupes (moins de 4 000 €). Enfin, ils sont plutôt novices en matière de création d'entreprise.

On observe que c'est principalement le secteur d'activité qui conditionne le profil des créateurs d'entreprise. Les secteurs des services aux entreprises, de la finance et de l'immobilier

sont ceux qui regroupent les créateurs les plus qualifiés, les plus diplômés et les activités les plus innovantes sur le plan technologique. Par ailleurs, créer son entreprise dans de tels secteurs nécessite souvent d'avoir un capital financier conséquent mais aussi de la « bouteille » puisqu'on y retrouve les créateurs les plus âgés et ceux qui ont déjà créé une entreprise par le passé, l'un allant sûrement avec l'autre. À l'inverse, certains secteurs comme la construction et l'industrie semblent moins conditionnés par la possession d'un niveau élevé de qualification, de diplôme ou de capital financier. C'est surtout l'expérience du métier qui paraît alors primordiale. Cette familiarité avec le secteur d'activité permet de rentabiliser les relations professionnelles tissées antérieurement et, partant, de faciliter son installation en s'assurant quelques contrats pour démarrer sereinement son activité. Le secteur de l'éducation, de la santé et de l'action sociale semble quant à lui être un cas particulier puisque, au-delà du fait qu'il est associé à un certain niveau de diplôme (supérieur court type BTS, DEUST, etc.), il peut illustrer une forme de division genrée des occupations professionnelles. Les femmes sont en effet généralement surreprésentées dans les activités de ce secteur, que leur activité soit liée à la création d'une entreprise ou non. Enfin, les autres secteurs (services aux particuliers, transport) apparaissent globalement plus ouverts puisqu'on y retrouve des créateurs plutôt jeunes qui n'ont pas d'expérience de la création et qui ont un niveau moyen de qualification et de diplôme.

Cette hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise révèle l'impossibilité d'appréhender ce groupe comme un ensemble homogène. On peut alors faire l'hypothèse que ce qui les relie ne réside donc pas dans leurs profils mais plutôt dans la manière dont ils interprètent leur engagement dans une carrière d'entrepreneur. C'est pourquoi en plus de l'analyse secondaire des données quantitatives de l'INSEE, j'ai choisi de mobiliser la méthode biographique en réalisant des entretiens sous forme de récit de vie auprès de 45 créateurs d'entreprise aquitains. Je suis parti du postulat que les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale sont à chercher dans leur histoire familiale ainsi que dans leurs trajectoires professionnelles. Je montrerai ainsi comment ils donnent sens à l'acte d'entreprendre en le décrivant plus généralement comme un projet de vie qui dépasse largement le cadre de la sphère économique.

CHAPITRE 2

ENGAGEMENT ENTREPRENEURIAL ET HISTOIRE FAMILIALE

Comme l'indiquent les données que l'on vient de présenter, la présence d'exemples d'entrepreneurs dans l'entourage des créateurs d'entreprise est assez fréquente. Aussi parmi les entrepreneurs de mon panel, près d'un tiers déclare avoir un ou des exemples d'entrepreneurs dans leur proche entourage¹. Mais, alors que les données fournies par l'INSEE n'apportent pas d'information précise sur la nature de ces liens, les données qualitatives issues des entretiens permettent de voir que ces modèles entrepreneuriaux s'incarnent finalement peu dans la reproduction de l'activité professionnelle de leurs parents. En effet, sur les 45 créateurs d'entreprise rencontrés, ils ne sont que douze à avoir au moins un de leurs parents qui est ou qui était installé à son compte. Par ailleurs, plus que des exemples de créateurs d'entreprise à proprement parler, il s'agit plutôt d'exemples d'indépendants qu'ils soient agriculteurs exploitants ou qu'ils exercent en tant que professions libérales. Dans les autres cas, les antécédents ou exemples d'entrepreneurs correspondent le plus souvent à des membres de la famille élargie (grands-parents, oncles, cousins, etc.).

En termes d'origine sociale, les profils des créateurs de mon échantillon sont finalement assez variés et si l'on prend en compte le dernier emploi occupé par les parents, toutes les catégories socioprofessionnelles sont représentées². Cependant, les profils les plus fréquents restent les enfants de cadres (n = 15) et les enfants d'ouvriers (n = 10). L'hypothèse de la reproduction d'un modèle familial pour expliquer l'engagement entrepreneurial apparaît donc

¹ Il est important de noter que dans ce cas, le terme « entrepreneur » ne se limite pas à la seule figure du créateur d'entreprise, ce terme renvoyant plus généralement dans l'esprit des personnes interrogées au fait d'être installé à son compte ce qui englobe les agriculteurs exploitants, les professions libérales, etc.

² Si l'on ne tient compte que de la profession du père, l'origine socioprofessionnelle des créateurs d'entreprise constituant notre échantillon se répartit de la manière suivante : Agriculteurs exploitants = 5 ; Artisans, commerçants, chefs d'entreprise (non salariés) = 5 ; Cadres supérieurs (dont professions libérales et chefs d'entreprise salariés) = 15 ; Professions intermédiaires = 6 ; Employés = 4 ; Ouvriers = 10.

peu pertinente de prime abord. Or, faire l'hypothèse de l'existence d'une forme de socialisation propice au développement du « goût d'entreprendre » n'implique pas nécessairement de voir se reproduire à l'identique les trajectoires entre enfants et parents mais de voir aussi ce qui se joue aussi dans l'éducation¹.

On verra en outre que la famille n'est jamais totalement étrangère à l'engagement dans ce type de carrière, notamment parce qu'elle permet souvent d'accéder aux ressources nécessaires à la mise en place d'un projet entrepreneurial. Comme le rappellent Céline Bessière et Sibylle Gollac dans l'entrée « Famille » du *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat* : « Présupposer que l'entrepreneuriat est une activité individuelle relevant uniquement de la sphère professionnelle contribue à une vision idéalisée des chefs d'entreprise, celle de figures héroïques qui se forgent elles-mêmes à la force de leur travail et de leurs intuitions innovatrices. Une entrée par la famille permet de rompre efficacement avec cette idéologie individualiste et méritocratique. De façon plus ou moins visible, la famille constitue souvent un appui pour l'activité entrepreneuriale »². Au-delà d'une transmission du goût d'entreprendre et des ressources nécessaires à la création de l'activité à proprement parler, je montrerai que l'engagement dans une carrière d'entrepreneur est aussi une manière de répondre à des attentes normatives et ainsi de tenter de trouver sa place dans son histoire familiale. La manière dont les entrepreneurs interprètent leur trajectoire exprime au fond la tension entre une logique d'inscription dans une histoire familiale et une tendance à minimiser les effets de l'hérédité sociale lorsqu'on revendique un parcours de *self made man*.

1. La famille comme modèle

Comme l'expliquent la plupart des entrepreneurs interrogés, y compris ceux qui n'ont pas d'exemples d'entrepreneurs dans leur proche entourage, l'existence d'un « modèle familial entrepreneurial »³ favorise nécessairement l'engagement dans une carrière d'entrepreneur.

¹ PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, 1999, *Op. Cit.*

² BESSIERE Céline, GOLLAC Sibylle, « Famille », in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 274-287, p. 274.

³ Cette notion de « modèle entrepreneurial familial » renvoie à la présence, dans les antécédents familiaux de l'entrepreneur, d'exemples non seulement de créateurs d'entreprise mais plus généralement de parents installés à leur compte (agriculteurs exploitants, indépendants, etc.).

Ceux dont les parents étaient déjà des entrepreneurs expriment alors l'influence de ces modèles familiaux à travers d'une part leur volonté de s'inscrire dans cette tradition familiale entrepreneuriale et d'autre part leur aspiration à devenir, comme leurs parents, « leur propre patron ».

L'inscription dans une tradition familiale entrepreneuriale

Dans certains cas, l'histoire familiale témoigne de l'existence d'une véritable filiation entrepreneuriale qui semble se transmettre de génération en génération. C'est notamment le cas de Gérald qui a créé une société de conseil en paysage. Ce jeune gallois d'origine est issu d'une famille d'exploitants agricoles. Que ce soit ses grands-parents, ses parents ou encore ses cousins « *tout le monde est entrepreneur dans la famille* », comme il dit. Lorsqu'il s'agit d'expliquer le fait qu'il se soit installé à son compte, Gérald évoque donc en premier lieu les nombreux exemples d'entrepreneurs dans sa famille. Il rappelle ainsi que même lorsqu'il a commencé à exercer son métier de paysagiste comme salarié, il a toujours eu en tête de s'installer à son compte, comme la plupart des membres de sa famille :

« Ma famille est une famille d'entrepreneurs. Mon père est anglais. Il est parti dans les années 1960 s'installer comme exploitants agricoles aux Pays de Galles parce qu'au niveau des terres, c'était beaucoup moins cher. Mes deux grands-pères étaient eux aussi des entrepreneurs dans le Nord du Pays de Galles et de l'Angleterre. Et puis, la plupart de mes cousins sont soit à leur compte, soit dans des entreprises familiales. Donc, ça, ça joue énormément parce que je n'ai même pas pensé faire autre chose. (...) J'ai pas mal travaillé en tant que salarié ou stagiaire. C'était pour apprendre le métier, me donner de l'expérience mais toujours dans le but de me mettre ensuite à mon compte. (Silence). En fait, je ne me suis jamais vraiment posé la question de devenir entrepreneur, c'était en moi ! »
(Gérald, 35 ans, conseil en paysage, 2000)¹

On perçoit, dans les propos de Gérald, que le fait de créer sa propre entreprise est une manière de perpétuer une tradition familiale et de se sentir légitimement affilié à une « lignée » d'entrepreneurs. Sans nécessairement aller jusqu'à l'assimilation de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur à une forme de prédisposition « génétique » (« *c'était en moi* »), on observe effectivement que la famille - et en particulier les parents - sert souvent de modèle, de terme de référence, dans l'orientation des carrières entrepreneuriales. Dans certains cas, c'est non seulement le modèle entrepreneurial parental mais aussi le métier de leurs parents que les

¹ Les informations entre parenthèses indiquent le prénom (anonymé) du créateur, son âge (au moment de l'entretien), le secteur d'activité et l'année de création de son entreprise.

entrepreneurs cherchent à reproduire. C'est notamment le cas de Maël qui s'est installé à son compte en tant qu'artisan en créant sa propre entreprise de pose de revêtements de sols. Lorsqu'on retrace son histoire familiale, on repère que plusieurs membres de sa famille (oncles, cousins) travaillaient déjà dans l'artisanat et surtout que ses parents étaient à la tête d'une entreprise générale de maçonnerie. Comme Gérald, Maël revient d'abord sur son histoire familiale pour expliquer qu'il ait eu très tôt ce désir de s'installer à son compte :

« Dans les raisons qui m'ont poussé à me lancer, il y a le cadre familial où il y a du monde dans la famille qui est artisan depuis longtemps. Oui, je pense que ça vient de ma cellule familiale, le fait d'avoir baigné constamment dans un cocon un peu d'artisans. (...) J'ai mes parents qui étaient dans le bâtiment depuis trente ans, qui ont eu une entreprise générale de maçonnerie. Et donc en faisant un métier dans le bâtiment, mon idée c'était de m'installer un jour pour pouvoir travailler pour moi, quoi. (...) Je pense que cette volonté de me mettre à mon compte, elle vient de mes parents. Ils avaient leur propre entreprise et j'ai toujours vu mes parents travailler pour leur compte avec les avantages et les inconvénients qu'il peut y avoir. Donc, il y a certainement une transmission par les parents, une sorte de goût pour ça. »
(Maël, 37 ans, Revêtements de sol, 2001)

On le voit, l'identification au modèle entrepreneurial familial se double parfois d'une identification à un milieu professionnel, comme ici celui des artisans. Au-delà de la transmission du « goût » d'entreprendre par l'intériorisation d'un modèle entrepreneurial parental, c'est aussi la familiarité avec le monde de l'artisanat que Maël met en avant pour expliquer le fait de s'être installé à son compte dans ce secteur en particulier¹.

L'identification à un modèle d'indépendance professionnelle

Lorsqu'il n'y a pas d'affinité particulière entre leur activité professionnelle et celle de leurs parents, les entrepreneurs interrogés se réfèrent alors plus généralement au modèle d'indépendance professionnelle de leurs parents pour expliquer leur volonté d'être eux aussi leur propre patron. C'est ce qu'exprime Béatrice qui a monté une entreprise de services aux entreprises et dont les parents étaient exploitants agricoles. Contrairement aux exemples évoqués plus haut, Béatrice n'a pas forcément le sentiment qu'en devenant créatrice d'entreprise, elle s'inscrit dans une tradition familiale entrepreneuriale. De fait, elle s'est

¹ Il est d'ailleurs intéressant de noter que l'affinité entre l'activité professionnelle des parents et celle des entrepreneurs est très fréquente chez ceux qui ont créé des entreprises dans le secteur de l'artisanat. En effet, à de rares exceptions près, ce sont tous des fils d'artisans à la différence près qu'il s'agit aussi souvent d'exemples de salariés. Or, si ces autres exemples montrent bien l'influence de la famille dans l'orientation des carrières professionnelles, ils n'expliquent pas nécessairement pourquoi ils ont fini par s'affranchir de leur modèle parental en s'installant à leur compte.

positionnée en rupture avec la trajectoire professionnelle de ses parents en choisissant de ne pas reprendre l'exploitation agricole familiale quand ses parents le lui ont proposé. Elle admet cependant qu'il y a quelque chose de l'ordre de la reproduction d'un modèle familial dans cette volonté qui la caractérise de « ne pas avoir de patron » :

« Bon, quand on est dans une famille d'exploitants agricoles, on est aussi indépendant. À la base, il y a peut-être un esprit qui vient de là parce qu'on n'a pas de patron et on n'apprécierait pas d'en avoir un ! (Rires) C'est comme ça chez nous ! Faire les choses comme on veut, sans dépendre de personne, c'est à la base de tout. Peut-être qu'il y a quelque chose comme ça à la base dans le modèle de mes parents... »
(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

À travers cet exemple, on perçoit que l'influence du modèle parental aboutit à une forme d'aversion pour le statut de salarié. En effet, lorsqu'il s'agit d'expliquer pourquoi elle a quitté son emploi de gérante d'un magasin de prêt à porter pour créer sa propre entreprise, Béatrice déclare que, de toute manière, elle « ne se sentait pas faite pour être salariée ». Ce constat ne fait pas nécessairement écho à une mauvaise expérience en tant que salariée, mais plus au sentiment qu'elle ne pouvait pleinement s'épanouir qu'en créant sa propre entreprise.

Cette identification à un modèle professionnel où l'on est avant tout « son propre patron » est d'ailleurs d'autant plus facilement acceptée que ce statut d'indépendant apparaît comme un mode de vie enviable notamment par la liberté qu'il offre en termes de gestion du temps. C'est ce qu'illustrent les propos de Denis qui s'est installé à son compte comme artisan et dont la mère, après avoir été comptable pendant vingt ans, s'est lancée dans le commerce de fruits et légumes avant de devenir brocanteuse. Parmi les éléments qui l'ont poussé à franchir le pas et à créer sa propre entreprise, Denis évoque donc l'exemple de sa mère :

« Il y a une chose qui m'a motivé, c'est que j'ai vu ma mère...quand ils se sont séparés avec mon père, elle a quitté son boulot de comptable. Elle était comptable, ça faisait vingt ans, oui une bonne vingtaine d'années qu'elle était comptable dans la même boîte. Elle a tout plaqué et elle a acheté un magasin de fruits et légumes. (...) Et je l'aidais le week-end : c'était génial ! Et c'est là que peut-être ça a réveillé... Ça a été quand même un petit truc, un stimulus déclencheur ça aussi. (...) Et c'est vrai que c'est la première fois que j'ai vraiment découvert le fait d'être à son compte, quoi. Et là, j'ai vu ma mère... Bon là, par contre, elle bossait vraiment énormément ! Ce n'est pas vraiment un truc de tout repos : se lever à 4 heures du matin et tout ça. (...) Et c'est vrai que le fait que ma mère soit à son compte, c'était une petite fierté déjà. Et donc ensuite ma mère s'est mise à faire de la brocante. (...) Donc, quand même, le fait que ma mère se soit mise à son compte, voir la vie qu'elle a... Parce qu'elle a pas mal de temps libre aussi. Ça, ça m'a motivé aussi : j'ai vu la liberté qu'avait ma mère et moi, j'aime bien ma liberté. »
(Denis, 35 ans, Artisan multiservices, 2003)

On retrouve d'ailleurs chez la plupart de ceux dont les parents étaient à leur compte cette description de la participation, dans leur enfance, à la vie de l'entreprise familiale, les week-ends ou au moment des vacances. Cette expérience, même ponctuelle, leur a permis de faire l'apprentissage de la gestion quotidienne d'une entreprise et se faire, très tôt, une idée « *des avantages mais aussi des inconvénients* » d'être à son compte, comme l'expliquait précédemment Maël.

Que ce soit en exprimant la volonté de perpétuer une tradition familiale ou plus simplement le désir d'accéder à un statut professionnel où l'on est son propre patron, les enfants d'entrepreneurs ne se dérobent pas face à l'évidence qu'en devenant entrepreneurs, ils reproduisent, au moins en partie, un modèle entrepreneurial familial, même si, comme on le verra plus loin, ils vont aussi chercher à s'en affranchir. Ils acceptent ainsi l'idée, même si ce n'est parfois qu'à demi-mots, que leur modèle parental ait pu les influencer dans l'orientation et la construction de leur carrière d'entrepreneur. Que les parents soient créateurs d'entreprise, exploitants agricoles, indépendants ou chefs d'entreprise, c'est à chaque fois le modèle d'une activité professionnelle où l'on est son propre patron qu'ils ont intériorisé et qu'ils ont, consciemment ou inconsciemment, cherché à reproduire. L'identification au modèle entrepreneurial parental participe ainsi de la transmission du goût d'entreprendre en valorisant le fait d'être son propre patron comme un modèle à suivre, une sorte d'idéal professionnel. Et même s'ils ont tous commencé leur carrière professionnelle en exerçant d'abord en tant que salariés, ils déclarent avoir toujours eu l'ambition de s'installer un jour à leur compte, comme leurs parents.

Mais, poser l'hypothèse que l'engagement dans une carrière entrepreneuriale se joue, en partie, dans la transmission familiale n'implique pas de se cantonner à chercher dans le passé de ces créateurs d'entreprise un modèle entrepreneurial qu'ils auraient cherché à reproduire. Le développement d'attitudes et de comportements entrepreneuriaux, c'est-à-dire orientés vers l'objectif professionnel de s'installer à son compte en créant sa propre entreprise, passe aussi plus généralement par la transmission d'une éducation marquée par la valorisation du travail et de l'indépendance.

2. La transmission du « goût » d'entreprendre

Là encore, la diversité des origines sociales des entrepreneurs ne permet pas de partir du postulat d'une transmission d'une « culture entrepreneuriale » commune à tous les créateurs d'entreprise. Ainsi, la manière dont les entrepreneurs se réfèrent à leur éducation pour justifier leur engagement dans une carrière entrepreneuriale est sensiblement différente selon leur milieu social d'origine. Les enfants d'ouvriers ou d'artisans mettent en avant la valorisation du travail, tandis que les enfants de cadres insistent plutôt sur le goût de l'indépendance.

Le travail comme vertu

Si la référence à une éducation marquée par la valorisation du travail se retrouve chez pratiquement tous les entrepreneurs que j'ai interrogés, elle s'exprime de manière particulièrement prégnante chez les enfants d'ouvriers, d'artisans ou encore d'exploitants agricoles à travers l'idée d'une transmission d'une véritable « *culture du travail* », comme ils disent typiquement. Cette culture du travail s'exprime par le goût pour les tâches manuelles d'une part et le sens de l'effort d'autre part.

Rappelant les descriptions ethnographiques minutieuses d'Olivier Schwartz¹, les enfants d'ouvriers font souvent référence au modèle de leur père qui, au-delà du travail à l'usine ou sur les chantiers, n'avait de cesse de travailler en bricolant ou en jardinant pendant son temps libre. C'est notamment le cas de Denis, lorsqu'il évoque non plus le modèle du statut d'indépendant de sa mère brocanteuse, mais celui de son père ouvrier d'usine pour expliquer son goût pour le travail manuel et par conséquent le choix de s'installer à son compte comme artisan :

« J'ai toujours vu mon père en train de travailler, à bricoler tout seul dans son jardin. Comme il travaillait souvent de nuit, il avait beaucoup de temps libre l'après-midi. Donc la fibre du bricolage, je la tiens de mon père. Depuis tout petit j'ai baigné là-dedans. Je ne suis pas né dans un chou, je suis né dans un atelier. Depuis tout petit, j'avais mon marteau, mes clous, mes vis, j'avais ma scie, mon morceau de bois. Mon père était toujours en train de bricoler ou de jardiner. Il ne s'ennuyait jamais. Il coupait son bois, il retournait sa terre, il plantait ses tomates. C'était un modèle quoi... Alors, je n'en ai peut-être pas eu conscience à l'époque. C'était un modèle que je n'ai pas forcément ciblé comme ça, mais je pense que ça a été un modèle quand même. C'était quand même quelque chose d'assez important. Ça a été une référence pour moi. »

(Denis, 35 ans, Artisan multiservices, 2003)

¹ SCHWARTZ Olivier, *Le monde privé des ouvriers. Hommes et femmes du Nord*, Paris, PUF, 1990.

On retrouve le même profil chez Emile, dont le père a terminé sa carrière comme conducteur de travaux dans le bâtiment après avoir commencé comme simple ouvrier. Ainsi, alors qu'il est aujourd'hui à la tête d'une entreprise générale de travaux publics, le retour sur son éducation le conduit lui aussi à insister sur l'importance du modèle de son père non seulement pour expliquer son orientation professionnelle, mais aussi l'importance de l'implication dans le travail pour progresser professionnellement :

« Mon père travaillait dans les travaux publics. Il était simple transporteur au départ et par sa force de travail, il s'est retrouvé chef de chantier à la fin de sa carrière. (...) C'est vrai que j'ai suivi un peu la même voie. Mais bon, je veux dire, j'ai toujours vu mon père bosser. Il bossait tout le temps et ne prenait pratiquement jamais de vacances. C'était un forçat du travail, quoi ! Le week-end, il travaillait à la maison, le bricolage et tout ça... Enfin, il travaillait tout le temps ! »

(Emile, 50 ans, Entreprise BTP, 2003)

Tout en reconnaissant la transmission du « goût du travail » par les parents, les entrepreneurs les plus jeunes revendiquent cependant l'idée de travailler de manière moins « laborieuse » que leurs aînés. C'est ce qu'évoque Marc qui, après avoir travaillé comme ouvrier salarié dans le bâtiment comme son père, a fini par créer sa propre entreprise artisanale spécialisée dans l'isolation en s'associant à lui :

« Avec un père comme ça... (Rires) Oui, je crois qu'il y a quelque chose qu'il m'a transmis quand même dans ce goût du travail... (Il marque une pause) Enfin, on travaille un peu différemment. Lui, c'est sûr que c'est son truc. De toute façon, lui, il a toujours beaucoup bossé. Alors que moi je travaille beaucoup aussi, mais il faut que j'y trouve mon compte, tandis que lui pas forcément. Lui si vous le lâchez sur un chantier, il travaille ! (Rires) Vous le récupérez trois ou quatre jours plus tard, il sera toujours en train de bosser ! Ça, c'est sa génération ! »

(Marc, 35 ans, Entreprise d'isolation, 2001)

Nous verrons plus tard que la manière dont les jeunes entrepreneurs décrivent leur rapport au travail et leur relation au temps contraste avec l'image d'un entrepreneur forçat du travail, véhiculée par les plus âgés et constitue l'une des différences les plus nettes entre ancienne et nouvelle génération d'entrepreneurs au sein de mon panel.

Comme on peut le voir à travers ces exemples, ce lien entre éducation et goût du travail apparaît d'autant plus fort que les créateurs d'entreprise auront choisi de s'installer à leur compte dans une activité professionnelle qui reste proche de celle de leurs parents. Mais même lorsque l'activité dans laquelle ils ont créé leur entreprise diffère, ces entrepreneurs continuent à faire le parallèle entre l'implication dans le travail qui les a conduits à se lancer dans la

création de leur propre entreprise et cette éducation marquée par l'idée que l'on n'obtient rien sans travail. C'est ce qu'évoque Bernard à travers le sentiment de reproduire le même « canevas » que ces parents agriculteurs exploitants :

« Et puis, il y a aussi cette culture du travail qui m'a été transmise par mes parents. C'est tout simple : si vous ne travaillez pas, vous n'avez rien ! À moins d'un riche héritage ou d'un bon mariage mais autrement... Ça, c'est clair ! Pour moi, c'est un peu le même canevas, mais il n'est pas agricole. Il est adapté au commerce, c'est tout. Alors on modifie, on modifie des choses, on les agrmente... Certes, mais le canevas, vous pouvez chercher, il est toujours le même. Il n'y a pas de mystère là-dessus. »
(Bernard, 50 ans, Signalétique, 1985)

C'est encore le cas de Juan dont la réussite scolaire - il a un diplôme d'ingénieur - et économique - il est le fondateur d'une société spécialisée dans le développement d'innovations technologiques autour des polymères pour l'industrie - le conduirait plutôt à se sentir en décalage avec son milieu social d'origine plutôt modeste. Il reconnaît pourtant tenir son implication dans le travail de son éducation et du modèle de son père ouvrier :

« Cette implication dans le travail, c'est clair que ça vient de mon éducation, d'un modèle déjà d'avoir un père qui est du même acabit. Donc c'est un modèle et à partir de ce moment-là, on reproduit ce qu'on connaît, même si c'est inconscient. On peut être en opposition avec ce qu'on a connu mais si on estime que c'est quelque chose qui a convenu, on peut le reproduire. (...) Donc, c'est effectivement quelque chose que j'ai toujours connu cette implication dans le travail. (...) C'est quelque chose que j'ai reproduit parce que j'ai toujours vu ça et que ça ne me posait pas de problème. Ça me paraissait être une vie normale. (Rires) »
(Juan, 46 ans, Industrie, 2001)

La valorisation de l'indépendance

La référence à une éducation marquée par le goût de l'indépendance fait évidemment écho à la transmission familiale d'un modèle professionnel où l'on est son propre patron comme évoqué précédemment par les enfants d'entrepreneurs. Plus généralement, dans les autres catégories, il renvoie à la nécessité de savoir « prendre sa vie en main » :

« Alors je ne sais pas si ça vient de l'éducation mais par contre ce qui est clair c'est que quand vous êtes... Et je vois que mon fils réagit de la même manière aujourd'hui. Quand vous êtes dans une famille où prendre sa vie en main, essayer de faire des choses, c'est plutôt tout à fait honorable, je ne sais pas si c'est un moteur, mais ce n'est pas un frein en tout cas. »
(Michel, 52 ans, Industrie Agroalimentaire, 1995)

Ainsi, les entrepreneurs que j'ai interrogés se réfèrent parfois aux caractéristiques de la profession qu'exercent leurs parents pour expliquer leur goût d'indépendance. C'est notamment

le cas de Benjamin qui, après avoir embrassé une carrière de cadre, a créé, à l'âge de vingt-huit ans, une société spécialisée dans la création, l'hébergement et le référencement de sites Web. Et s'il déclare ne pas avoir d'antécédents d'entrepreneurs dans sa famille, il fait tout de même le lien entre son goût pour l'indépendance et son éducation en prenant exemple sur son père, cadre supérieur chez IBM :

« Le fait de vouloir créer ma propre entreprise, ça ne vient pas d'exemples que j'ai dans la famille. (Silence) Je vais vous raconter l'histoire de mon père qui était cadre sup chez IBM. Lui, il était vraiment passionné par son boulot, son entreprise IBM, ça le passionnait. Et comme il était assez autonome dans son boulot, il y a très certainement un goût de l'indépendance qu'il m'a transmis... Ça, c'est vrai que ce goût pour l'indépendance, je l'ai eu assez tôt et ça, ça vient probablement de la façon dont mes parents m'ont éduqué. Alors, ce n'était peut-être pas forcément leur objectif. Ce n'est peut-être qu'une conséquence, des dégâts collatéraux... (Rires) Mais c'est sûr que, très tôt, j'ai été responsabilisé. C'est vrai que mes parents m'ont toujours donné une éducation pour que je sois responsable, autonome dans mes actes. Enfin, l'idée qu'on est responsable quand on fait quelque chose et que ce n'est pas la faute aux autres. »
(Benjamin, 35 ans, Agence Internet, 1998)

C'est encore ce qu'évoque Charles, qui a créé une société d'édition spécialisée dans la santé et dont le père est haut fonctionnaire, considérant que son besoin d'indépendance trouve ses racines dans la manière dont il a été éduqué :

« Ce besoin d'indépendance, ça vient sûrement de mon éducation. Les psys en savent sûrement plein de choses de tout ça. Ça vient de mon éducation, ça vient des valeurs qu'on m'a inculquées. Ça vient de là. Oui, c'est les racines. C'est les racines qui ressortent. »
(Charles, 38 ans, Société d'édition, 1998)

Au-delà de la valorisation de l'indépendance et de l'autonomie, certains évoquent également le fait d'avoir bénéficié d'une éducation relativement « libre » qui leur a permis de laisser s'exprimer leur créativité. Ceux qui considèrent qu'ils ont reçu une éducation qui a favorisé leur engagement dans une carrière d'entrepreneur ne sont d'ailleurs pas toujours ceux que l'on croit. C'est le sens de ce que raconte Baptiste qui, de manière un peu provocatrice, aime à se décrire comme issu d'un milieu de fonctionnaires, ses parents étant tous les deux instituteurs. Ayant visiblement déjà beaucoup réfléchi aux motifs de son engagement dans une carrière d'entrepreneur, Baptiste, qui est aujourd'hui à la tête d'une grosse SSII de plus de 150 salariés, insiste d'abord sur le fait qu'il y a forcément quelque chose qui s'est joué dans son éducation bien que n'étant pas issu d'un monde valorisant la culture entrepreneuriale :

« Alors moi, ce qui est marrant, c'est que dans ma famille, ils sont tous dans la fonction publique. Par contre, au niveau des créateurs d'entreprise dans l'entourage, je n'ai rien du

tout. Et je me suis beaucoup posé la question : 'Pourquoi je suis arrivé là ?' (...) Pourquoi on est créatif ? Je pense que c'est parce qu'on a été dans un environnement qui nous a permis peut-être de prendre des initiatives, un environnement favorable pour prendre des initiatives. (...) Moi quand je faisais sauter tous les plombs dans la maison, je n'étais pas incendié avec une grosse gueulante. (...) Moi, je suis persuadé que beaucoup de choses se jouent dès l'enfance. Tout ça, ça se construit très, très jeune et j'étais dans un environnement où on me laissait faire ce genre de choses (...) Moi, mes parents ont laissé ma créativité s'exprimer : je pouvais entreprendre, expérimenter des choses sans me faire réprimander. »
(Baptiste, 45 ans, Société de services informatiques, 1994)

Baptiste n'est d'ailleurs pas le seul à avoir des parents exerçant dans la fonction publique, le métier d'enseignant étant par ailleurs assez fréquent chez les parents des entrepreneurs de mon panel lorsqu'on prend notamment en compte la profession de la mère. Parce que les mécanismes de la socialisation restent souvent aux limites de la conscience, le retour réflexif sur sa propre éducation qu'impose le récit de vie reste un exercice difficile et aboutit souvent à la décrire en faisant référence à des grandes valeurs souvent difficiles à décrire (le travail, la liberté, l'indépendance...). Si tant est que l'on puisse adopter le terme de « culture entrepreneuriale », on observe qu'il existe différentes voies d'accès à la volonté d'entreprendre.

En effet, les liens que les entrepreneurs tissent entre le caractère entreprenant de leur conduite et leur éducation montrent qu'ils sélectionnent et s'approprient différents éléments culturels de leur milieu social. Certes, la valorisation du travail et la valeur de l'effort constituent une sorte de fonds commun quelle que soit l'origine sociale, mais on constate que l'importance accordée au travail reste d'autant plus grande que l'entrepreneur appartient à un milieu plutôt populaire. Et si ce goût du travail est également transmis dans les milieux plus favorisés, on retrouve aussi et surtout l'expression de valeurs relatives à l'indépendance, la responsabilité ou la créativité. Ainsi on peut penser, comme Michel Pinçon et Monique Pinçon-Charlot que si la vocation d'entrepreneur s'enracine souvent dans l'histoire familiale à travers l'intériorisation d'une culture entrepreneuriale marquée par la valorisation du travail et le goût de l'indépendance, elle ne peut pour autant être réduite à une origine sociale¹.

¹ PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, 1999, *Op. Cit.*

3. Entreprendre pour être reconnu par sa famille

L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise, notamment en termes d'origine sociale, montre qu'il est difficile de réduire l'engagement entrepreneurial à la reproduction de modèles familiaux ou à la seule transmission d'un *habitus* de classe favorable à l'émergence du goût d'entreprendre. Une analyse plus approfondie des entretiens montre que l'engagement dans la création d'entreprise exprime aussi la volonté d'accéder à un statut valorisé socialement qui permet à l'entrepreneur de s'inscrire dans une trajectoire familiale, qu'elle soit marquée par une culture entrepreneuriale ou non. L'engagement dans la carrière d'entrepreneur correspond alors à une manière de répondre à des attentes normatives qui peuvent être sensiblement différentes selon le milieu social d'origine. Si les entrepreneurs formulent rarement ces attentes en termes de contrainte sociale, de nombreuses histoires donnent à voir tout le poids du contrôle social incarné par des injonctions tant implicites qu'explicites à la réussite sociale.

S'inscrire dans un processus d'ascension sociale

Pour certains, la création d'entreprise apparaît comme un moyen de satisfaire un désir d'ascension sociale, formulée implicitement par les parents, que les études ou le parcours professionnel n'aient pas réussi à pleinement satisfaire.

Pour ceux qui sont issus de milieux modestes, il est délicat de parler d'injonctions à la mobilité sociale ou d'attentes normatives de réussite sociale au-delà d'une volonté exprimée par les parents que leurs enfants réussissent mieux qu'eux. En s'engageant dans la création d'entreprise et en accédant au statut de chef d'entreprise, on sent même chez certains entrepreneurs ce sentiment d'être en décalage, en rupture avec leur milieu d'origine. Ce qui les rend souvent peu loquaces lorsqu'il s'agit d'évoquer leur origine familiale. On perçoit néanmoins dans certains passages d'entretiens, notamment au détour de questions sur la manière dont a été perçu par leur famille leur engagement dans une carrière d'entrepreneur, l'idée qu'ils ont une sorte de « dette morale » à l'égard de leurs parents qui s'exprime dans la nécessité de s'inscrire dans une forme d'ascension sociale. C'est ce qu'exprime Denis lorsqu'il parle de son père qui est aujourd'hui veilleur de nuit, après avoir été ouvrier à la chaîne :

« Mon père m'a toujours soutenu dans mon projet et c'est vrai que je pense que c'était un peu une fierté pour lui, en tant qu'ouvrier, d'avoir son fils qui s'installe à son compte. (Long silence) »

Il est fier, il est fier voilà. Il est fier parce que je suis à mon compte. Non, il est fier, c'est bien. Il en parle à ses collègues, tout ça : 'Ouais, mon fils...'. Il en est fier. Il est content que je me sois mis à mon compte. »
(Denis, 35 ans, Artisan multiservices, 2003)

Pour d'autres, l'injonction à la mobilité sociale apparaît d'autant plus forte qu'ils se sont engagés dans la même voie professionnelle qu'un de leurs parents. C'est notamment le cas de ceux qui sont des enfants d'artisans et qui se sont installés à leur compte dans ce même secteur, comme on l'a vu précédemment. Au-delà de servir de modèles dans leur choix d'orientation professionnelle, les parcours de leurs parents leur ont ainsi fourni un premier modèle d'ascension sociale par promotion interne. Le parcours professionnel du père est en effet souvent le même : sans diplôme, il a commencé à travailler en bas de l'échelle comme ouvrier avant de gravir les premiers échelons pour devenir chef d'équipe ou encore conducteur de travaux. Face à l'ascension professionnelle qu'ont connue leurs parents, les possibilités de promotion interne leur sont apparues beaucoup plus difficiles à atteindre que pour la génération précédente. En effet, l'une des différences majeures par rapport à l'époque de leurs parents tient dans le fait que l'accès aux postes à responsabilités, notamment celui de conducteur de travaux, reste aujourd'hui de plus en plus conditionné à la possession, au minimum, d'un diplôme du supérieur court. Or, les jeunes entrepreneurs ayant créé leur entreprise dans le secteur de l'artisanat que j'ai interrogés ne possédaient au mieux qu'un CAP ou un BEP. Dès lors, le fait de créer leur propre entreprise leur apparaît comme une manière de perpétuer le modèle de réussite professionnelle de leurs parents et, plus encore, de le dépasser en devenant leur propre patron, satisfaisant ainsi à une logique de mobilité sociale ascendante d'une génération à l'autre.

L'histoire de Marc, dont le parcours est intimement lié à celui de son père (Maurice), offre une bonne illustration de la relation entre attentes familiales et engagement dans une carrière d'entrepreneur¹. Suivant les traces de son père qui a travaillé toute sa vie dans le bâtiment, Marc s'oriente comme lui dans cette voie professionnelle après avoir obtenu un CAP d'ébénisterie. Comme son père qui a commencé au bas de l'échelle, il intègre d'abord une entreprise de décoration en tant qu'ouvrier. Au bout de six ans, le principe de promotion interne le conduit au rang d'« ouvrier, troisième échelon ». De son côté, son père qui travaillait dans la même entreprise depuis vingt-deux ans, en tant que chef d'équipe, la quitte suite à des divergences avec son patron. Il se fait alors embaucher, toujours en tant que chef d'équipe, dans l'entreprise où travaille son fils. Au bout de deux ans à travailler dans la même entreprise, le

¹ J'ai pu dans ce cas précis faire un entretien avec le père et le fils.

père propose au fils de s'associer pour créer leur propre entreprise spécialisée dans l'isolation. Ce choix peut apparaître d'autant plus surprenant que le père se sent bien dans cette nouvelle entreprise et surtout qu'à cinquante-quatre ans, il n'est qu'à quelques années de la retraite. Il déclare ainsi avoir voulu offrir à son fils l'opportunité de progresser plus rapidement dans le métier, tout en lui faisant bénéficier de sa longue expérience. Bref, il s'agissait pour le père de lui « *mettre le pied à l'étrier* » et lui éviter ainsi d'avoir à « *trimer toute sa carrière* » :

« C'était une façon comme une autre de donner à mon fils les bonnes bases pour se lancer dans le métier. Disons que s'il n'avait pas été là, je ne sais pas si je me serais lancé tout seul (...) Moi, j'ai cinquante-sept ans dans un mois (l'entreprise existait depuis trois ans au moment de l'entretien) donc l'idée, c'était de lancer la mécanique au départ et puis après je ne suis pas obligé d'y rester. L'idée, c'est d'être là pour le lancement de l'entreprise, essayer de faire tourner la machine le mieux possible de façon à ce qu'il parte sur de bonnes bases. Au départ, c'est plus pour lui que pour moi, mais bon j'en profite aussi ! »
(Maurice - père de Marc - 56 ans, Entreprise d'isolation, 2003)

On sent bien à travers cet exemple d'une création d'entreprise conjointe entre un père et son fils qu'il s'agit pour Maurice de s'assurer que son fils finisse par accéder à une véritable forme de promotion professionnelle en accédant au statut d'entrepreneur et en dirigeant à terme sa propre entreprise.

La manière dont l'engagement dans la création d'entreprise se joue aussi dans le contrôle social familial s'exprime encore plus clairement chez certains entrepreneurs issus de milieux plus aisés pour qui la création d'entreprise s'apparente à une manière de préserver un certain niveau de réussite professionnelle dans la famille.

Maintenir un certain niveau de réussite sociale

Pour ceux qui sont issus des milieux les plus aisés, la réussite scolaire et professionnelle des membres de leur famille (parents, frères et sœurs) implique l'intériorisation d'un modèle de réussite sociale qui passe d'abord par l'obtention d'un niveau de diplôme relativement élevé. En étant diplômé du supérieur long ou encore d'écoles de commerce, le parcours scolaire de certains entrepreneurs visait déjà à satisfaire ces attentes familiales en termes de réussite scolaire, s'engageant parfois dans des voies qui ne les inspiraient guère. Mais qu'en est-il de ceux qui n'ont pu obtenir un niveau d'excellence scolaire suffisant pour prétendre à maintenir une position sociale satisfaisante aux yeux de leur communauté familiale ? Pour ceux-là le fait de devenir entrepreneur va leur apparaître comme un moyen de compenser leur « échec »

scolaire. C'est le sens de ce qu'explique Charles qui en ratant sa deuxième année de droit a le sentiment d'avoir rompu un contrat familial marqué par l'obtention de « beaux diplômes » et l'injonction à « faire son droit » :

« Que ce soit mon père ou mes frères, chez moi ils ont tous Bac +5. (...) C'était une coutume. Chez moi, c'était un truc familial. J'ai vu mon père qui avait fait du droit, mon frère aîné qui avait fait du droit, je me suis dit : 'Pourquoi pas moi ?'. (...) C'est pour ça que j'avais peut-être un petit complexe dans ma famille parce que ce sont tous des surdiplômés. Donc, j'étais un peu l'exception. Alors j'ai toujours revendiqué l'exception. (Rires) Mais ça me faisait quand même plaisir de montrer, que j'étais capable de réussir. Devenir chef d'entreprise c'était certainement pour moi une manière de montrer que j'étais capable de faire quelque chose sans pour autant faire de longues études. »

(Charles, 38 ans, Société d'édition, 1998)

Au-delà de la blessure narcissique liée à l'échec scolaire, c'est tout le poids du contrôle social qui s'exprime ici. N'ayant réussi à satisfaire aux attentes normatives véhiculées par la réussite scolaire des membres de sa famille, il fallait pour Charles réussir « autrement ». L'engagement dans une carrière d'entrepreneur apparaît ainsi comme un moyen de se « mettre à niveau », la réussite économique et la considération sociale attachée à la figure de l'entrepreneur permettant en partie de compenser l'échec scolaire.

Le cas de Charles est loin d'être un cas isolé. Ce profil de l'entrepreneur dont le parcours scolaire ne correspond pas à la norme en vigueur dans sa famille apparaît en effet de manière récurrente parmi les créateurs d'entreprise issus de milieux aisés. La notion d'« échec scolaire » reste cependant toute relative puisque, par exemple, dans le cas de Benoît c'est dans le fait de n'avoir « qu'un DUT de journalisme » qu'il justifie son statut de « saltimbanque ». En effet, être diplômé du supérieur court n'a rien de déshonorant en soi, mais souffre difficilement la comparaison de l'excellence scolaire des membres de sa famille :

« Pour être clair, dans ma famille, je suis considéré depuis longtemps comme le saltimbanque. Mon père est polytechnicien, ma sœur est agrégée de musicologie, mon frère est diplômé de l'école navale et il y en a qu'un qui n'a qu'un DUT et qui a l'air de s'en foutre : c'est moi ! (Rires). Donc, je suis dans l'absolu le saltimbanque depuis tout le temps... Ce qui n'est pas gênant. On ne m'en veut pas, mais en tout cas je ne suis pas celui qui était voué à être fonctionnaire. Et puis, j'ai fait du journalisme en plus ! (...) Alors, je ne sais pas, peut-être que j'interprète trop la question, mais je ne suis pas positionné comme celui qui a réussi dans la famille. Je pense qu'ils auraient été plus fiers ou, en tout cas, ça aurait été plus conforme que je sois à la préfecture, que j'aie fait un peu d'ENA ou que j'aie fait Science Po. Voilà, des trucs comme ça ! Ça, ça aurait été plus dans le schéma normal pour eux. »

(Benoît, 39 ans, Edition web, 1999)

Là encore, et même s'il s'en défendra au bout du compte (« *je n'ai rien à prouver à mes parents dans l'absolu* »), on peut penser que l'engagement dans une carrière d'entrepreneur renvoie à une manière alternative de satisfaire aux attentes normatives de sa communauté familiale en matière de réussite scolaire. Plus encore que le niveau de diplôme, c'est plus profondément l'intégration à la classe bourgeoise qu'évoque cet autre créateur :

« Je suis issu d'une grande famille aristocratique, bourgeoise du Bordelais. Je suis le septième d'une famille de dix enfants. En fait, je suis un peu le vilain petit canard de la famille. On m'a toujours reproché de ne pas avoir de grands diplômes comme mes frères, j'ai toujours été obligé de prouver que j'étais capable de faire des choses. Monter mon entreprise a été le moyen de montrer que j'étais capable de... Une sorte de faire-valoir. Parce que, dans ma famille, on n'a pas forcément de considération pour l'autodidacte. J'ai longtemps été complexé par mon autodidactisme et on est dans une société qui en plus ne valorise pas forcément l'expérience par l'apprentissage. »

(Quentin, 42 ans, Société d'audit, 1995).

Pour d'autres, la réussite sociale liée à leur parcours d'entrepreneur est clairement conçue comme une manière d'être reconnu par sa famille malgré le caractère atypique de son parcours scolaire et professionnel. C'est en particulier le cas de Daniel, dont l'histoire est finalement assez proche des précédentes :

« Je n'ai pas vraiment de modèles de créateurs d'entreprise dans ma famille parce que je suis l'aîné de mes frères, de mes cousins, je suis l'aîné de toute la famille. (...) Et puis, dans ma famille, personne ne travaille dans le bâtiment. Je n'ai pas d'historique dans la famille d'artisans, ni rien. J'étais vraiment le premier dans la famille à me lancer là-dedans. Ils sont tous dans des professions libérales : médecins, assureurs, dentistes. (...) Tous mes cousins aussi, ils ont tous fait de longues études. D'ailleurs, je suis un des rares, je suis même le seul dans la famille à ne pas avoir fait d'études, à avoir arrêté mes études tôt, enfin au niveau de la terminale, quoi. Au début, j'étais le vilain petit canard, mais bon maintenant, ça va, ils ont changé... (...) J'ai une famille où, par exemple j'ai une grand-mère qui est un peu à l'ancienne, qui régente toute la famille. Et aujourd'hui elle fait mes louanges auprès de toute la famille alors qu'au début j'étais vraiment le vilain petit canard. Tous mes cousins font des études brillantes... Et là elle fait mes louanges : 'Regardez comme il a réussi...'. Bon, c'est vrai que ça me fait plaisir. Et vis-à-vis de la famille, c'est vrai qu'ils me regardent d'une autre façon qu'à une époque où je glandais un peu. Pour moi c'était une vraie motivation. »

(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

Ainsi tout en insistant sur la singularité de son parcours, il n'en témoigne pas moins de sa volonté d'être reconnu comme un membre à part entière de sa famille malgré un parcours scolaire et professionnel qu'il qualifie lui-même de « chaotique ».

4. La famille comme ressource

En se focalisant sur les ressources que les entrepreneurs tirent de leurs réseaux professionnels, de nombreux travaux, d'obédience économique, sous-estiment l'importance des solidarités familiales dans la concrétisation d'un projet de création d'entreprise. Les données statistiques présentées précédemment montrent pourtant que les relations familiales (et conjugales) restent celles qui sont le plus fréquemment mobilisées par les créateurs d'entreprise au moment de la mise en place du projet entrepreneurial. Si je me suis jusque-là concentré sur les origines sociales des créateurs, on verra que le conjoint joue aussi un rôle déterminant dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur. Parce que se lancer dans le projet de créer sa propre entreprise nécessite d'avoir accès à un grand nombre de ressources (informations, conseils, financements, opportunités), la possibilité de s'appuyer sur celles issues de ses relations familiales semble en effet déterminante, notamment lors de la phase souvent délicate du démarrage de l'activité. Et même si l'accès aux ressources nécessaires à la création d'entreprise reste, dans une large mesure, conditionné par l'origine sociale des entrepreneurs, nous verrons que ces « liens forts » sont toujours plus ou moins mobilisés dans la construction de leur projet entrepreneurial. La manière dont les créateurs d'entreprise s'appuient sur ce type de ressources reste cependant très variable selon les cas : allant de la simple prise de conseils à l'implication directe d'un membre de leur famille dans la genèse et la concrétisation de leur projet.

Partage d'expériences

Les exemples d'entrepreneurs dans l'entourage proche n'ont pas pour seule fonction de fournir des modèles d'indépendance professionnelle que l'entrepreneur va chercher, consciemment ou non, à reproduire. Plus pratiquement, ces exemples servent aussi de cas concrets dont l'entrepreneur va pouvoir s'inspirer pour créer sa propre entreprise. Parce qu'il faut assimiler un très grand nombre d'informations et prendre d'emblée les bonnes décisions, les entrepreneurs ne se privent donc pas de l'opportunité de bénéficier de l'expérience de leurs proches en la matière. C'est notamment ce que décrit Denis qui s'est appuyé sur l'exemple de

sa mère, brocanteuse, pour monter son entreprise artisanale, allant même jusqu'à choisir le même statut juridique qu'elle en optant pour la micro-entreprise¹ :

« Le fait que ma mère soit déjà installée à son compte, ça m'a quand même pas mal facilité la tâche. Donc, j'ai eu quand même pas mal d'infos par elle. Elle m'a pas mal aiguillé sur tout ça. Alors à la chambre des métiers, ils ne conseillent pas trop la micro parce qu'ils ont fait des tableaux comparatifs qui montrent que le réel est plus intéressant parce qu'en micro on ne peut rien déduire. Mais par exemple moi je n'ai pas de loyer, je n'ai pas d'emprunts et donc finalement moi, dans ma situation, étant donné que je n'ai pas beaucoup de charges, à part que j'ai acheté mon camion. Donc, après en avoir discuté avec mère, je me suis rendu compte que c'était plus intéressant de me mettre, comme elle, en micro. »
(Denis, 35 ans, Artisan multiservices, 2003)

On le voit, le recours à la famille n'est pas nécessairement exclusif d'autres sources d'informations. Mais au-delà des conseils acquis auprès des chambres consulaires, des organismes et autres associations spécialisées dans l'aide et l'accompagnement à la création d'entreprise, les entrepreneurs qui en ont la possibilité vont bien souvent privilégier les conseils issus de leurs relations familiales.

Alors que certains exemples familiaux étaient précédemment décrits comme trop lointains pour avoir pu les influencer dans leur désir d'entreprendre, on observe que tous ceux qui ont des exemples d'entrepreneurs dans leur entourage les mobilisent au moment de créer leur entreprise. C'est ce qu'explique Karl, créateur d'une société de services en informatique, qui en dehors de son oncle n'a pas d'autres exemples d'entrepreneurs dans son proche entourage :

« Bon, ma mère a été salariée comptable pendant toute sa vie, donc la création d'entreprise ce n'est pas tout à fait son truc. Et mon père a été salarié donc ce n'est pas non plus son truc. Mais c'est vrai que dans la famille, mon oncle avait créé une société dans laquelle ma mère a même travaillé. Donc, c'est vrai que le profil créateur n'est pas non plus inconnu dans la famille. C'est vrai que mon oncle m'a quand même aidé, donné quelques conseils. Bon, lui était dans le négoce et c'est vrai qu'entre le négoce et l'informatique ce n'est pas tout à fait la même chose non plus. Mais c'est vrai qu'il fait partie des gens dont j'ai pris les conseillers et qui m'en a donné des pertinents d'ailleurs. Après, c'est vrai que le fait de gérer une entreprise, tant qu'on ne l'a pas fait, on ne peut pas comprendre ce que c'est : les aspects de gestion, l'administratif, etc. Donc, c'est vrai que les gens comme mon oncle sont les seules personnes qui peuvent comprendre et auxquelles j'ai pu demander des conseils là-dessus en termes d'organisation et de choses comme ça. »
(Karl, 39 ans, Services informatiques, 2004)

¹ Pour rappel, la micro-entreprise est un régime d'ordre fiscal sur lequel va se baser la promotion de l'« auto-entrepreneuriat » en 2009. Outre la simplicité de la mise en place d'une telle structure, le principal avantage pour l'entrepreneur est de ne pas avoir à facturer la TVA à ses clients en dessous d'un certain seuil de chiffre d'affaires.

On le voit à travers ces exemples, peu importe que l'activité professionnelle soit la même, c'est le partage d'expériences liées à la création d'une entreprise qui compte et permet ainsi d'éviter les difficultés récurrentes de l'entrepreneur novice.

Transfert de compétences

Les membres de la famille ou le conjoint vont aussi parfois plus directement participer au projet en apportant leurs compétences sur des domaines bien particuliers. En effet, si les créateurs d'entreprise s'appuient souvent sur les compétences acquises lors de leurs précédentes expériences professionnelles, leurs connaissances en matière de gestion comptable, administrative et juridique sont le plus souvent rudimentaires, comme l'explique Paul, informaticien de formation, qui a créé sa propre entreprise de services informatiques :

« Moi j'ai créé une société par rapport à mon savoir-faire qui était l'informatique. Or, pour gérer une société d'informatique, il faut savoir faire de l'informatique, c'est clair...mais il faut surtout maîtriser les techniques commerciales et aussi tout ce qui est gestion administrative et comptable : les relations avec les banques, avec les impôts, etc. Et là-dessus, je n'y connaissais vraiment pas grand-chose... »

(Paul, 33 ans, Services informatiques, 2000)

A posteriori, beaucoup d'entrepreneurs déclarent avoir largement sous-estimé l'importance de maîtriser ce genre de compétences liées à la gestion de l'entreprise, comme l'explique Benoît :

« J'étais extrêmement conscient de ne pas être chef d'entreprise. J'étais sans doute inconscient sur d'autres choses mais conscient de mes incapacités et de mes faiblesses : je n'ai pas fait d'école de commerce, je n'ai pas fait d'école de gestion. Ma seule connaissance de la gestion, c'est le compte en banque familial ! »

(Benoît, 39 ans, Edition web, 1999)

D'où l'importance de pouvoir s'appuyer sur les connaissances de ses proches en la matière. Au-delà des conseils dont les créateurs d'entreprise bénéficient lors de leur passage auprès des chambres consulaires et autres organismes spécialisés dans l'accompagnement à la création d'entreprise, les entrepreneurs préfèrent souvent s'appuyer en priorité sur leurs proches pour accéder aux compétences qui leur font défaut. Ainsi, il n'est pas rare qu'un membre de la famille, le conjoint ou encore un ami remplisse, de manière officielle ou officieuse, différentes fonctions dans l'entreprise (conseiller juridique, administratif, commercial, comptable, etc.), le plus souvent à titre bénévole, au moins pendant les premiers mois d'existence de l'entreprise.

L'accès au financement

La manière dont les entrepreneurs vont mobiliser leurs proches pour financer leur projet est très variable selon les cas même si on observe que plus le projet de départ demande un apport de capital important, plus ils vont avoir tendance à s'appuyer sur les membres de leur famille. Mais soucieux d'accéder à une forme d'autonomie financière, la plupart des entrepreneurs privilégient, autant que possible, l'autofinancement quitte à démarrer avec des moyens modestes. Ils déclarent ainsi autant vouloir limiter, et par conséquent assumer, seul le risque inhérent à toute création d'entreprise autant qu'éviter les possibles velléités d'ingérence liées à la participation financière d'un tiers. C'est pourquoi, l'entourage proche reste peu mobilisé, ou en tout cas rarement de manière directe, lorsqu'il s'agit de réunir le capital de départ nécessaire au démarrage de leur activité.

Les familles des entrepreneurs issus des milieux les plus modestes sont peu sollicitées sur le plan financier, non seulement parce qu'elles n'en ont parfois pas les moyens mais aussi parce que les créateurs d'entreprise concernés préfèrent souvent les tenir à l'écart sur cet aspect. C'est ce qu'évoque, entre autres, Paul qui a créé une entreprise de services informatiques et dont le père est ouvrier et la mère employée :

« Je n'ai pas eu de soutien financier de mes proches, pour deux raisons. D'abord parce qu'ils n'avaient pas forcément les moyens de le faire. Ensuite, parce que je n'en voulais pas dans la mesure où la stratégie de la création de la société, elle est basée, en ce qui me concerne, quasiment sur un seul mot d'ordre : pas d'ingérence ! »
(Paul, 33 ans, Services informatiques, 2000)

On retrouve cette même idée chez Christophe qui bien qu'étant lui aussi issu d'un milieu plutôt modeste avait tout de même la possibilité de s'appuyer sur les relations professionnelles de son père, employé de banque, pour l'aider à obtenir un prêt bancaire. Or, là encore, il explique, avec une certaine fierté, qu'il a mis un point d'honneur à ne pas profiter de cette opportunité pour les mêmes raisons que celles qui sont évoquées par Paul :

« Avec mon père et une partie de ma famille qui travaillaient dans le milieu bancaire, j'aurais pu avoir des facilités pour faire des emprunts au moment de monter la boîte...mais c'était hors de question ! Je me suis toujours démerdé tout seul. (Silence). Ce n'est pas qu'on ne m'a jamais aidé. (Silence). Les études par exemple, c'est mon père qui me finançait. Donc, au début, c'est lui qui me finançait, mais après je me suis démerdé. (...) C'est-à-dire que moi je ne veux rien devoir à personne, y compris à ma famille. Je n'ai pas envie ou besoin de dépendre de qui que ce soit. »
(Christophe, 33 ans, Café, 2002)

De fait, Christophe a réussi à totalement autofinancer son projet de création d'un café-jeux en s'appuyant sur l'argent qu'il avait touché suite au décès de sa mère lorsqu'il était adolescent et en s'associant avec un ami (Julien) qui, bien qu'issu d'un milieu beaucoup plus aisé, n'en revendique pas moins la même volonté de tenir ses proches en dehors du projet sur le plan financier :

« Le financement s'est fait uniquement en interne. On a donné 10 000 euros chacun. Moi, je les avais de côté avec les stock-options que j'avais de mon précédent job et lui avait de la thune d'un héritage. Dans ma tête, c'était de mettre le plus possible pour être peinard mais sans faire participer qui que ce soit d'autre. Je ne voulais pas perdre soit la thune de ma femme soit de mes parents, soit faire un emprunt à la banque, machin. Ne rien devoir à personne ! Je voulais vraiment ne rien devoir à personne. »

(Julien, 32 ans, Café, 2002)

On observe d'ailleurs cette réticence à faire participer financièrement les proches chez la plupart des créateurs rencontrés, y compris chez ceux qui sont issus des milieux les plus aisés, forcément mieux dotés en capital économique. C'est notamment ce que décrit Sacha qui a créé une entreprise spécialisée dans la construction et l'aménagement de bureaux et dont le père est cadre supérieur dans la finance :

« Même mon père qui travaille dans le domaine financier ne m'a pas aidé particulièrement quand je me suis lancé. Et de toute façon je ne le souhaitais pas forcément non plus ! »

(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

On comprend alors mieux cette tendance quasi généralisée à privilégier, dans la mesure du possible, l'autofinancement quitte à démarrer avec de petits moyens. Cela ne veut pas pour autant dire que la famille n'est jamais sollicitée dans le financement d'un projet de création d'entreprise. En effet, d'autres exemples montrent que les entrepreneurs ont parfois moins de scrupules à solliciter leurs proches lorsqu'il s'agit de les faire intervenir de manière plus indirecte. C'est notamment le cas de Benoît où c'est un « ami de la famille » directeur d'une agence bancaire qui lui a permis d'obtenir un « *petit prêt à des conditions très avantageuses* », tout en rappelant là encore qu'il n'envisageait pas de mobiliser ses proches :

« J'ai fonctionné par autofinancement. Le seul truc que j'ai fait, c'est que j'ai demandé 50 000 francs à un banquier, il se trouve que c'était un copain de mon père qui était président de l'agence donc on a fait un truc où je n'ai pas eu besoin de filer une caution. Mais, à part ça, je n'ai rien demandé à personne. Moi, je ne me suis jamais vu demander de l'argent à mon père, mon frère, ma sœur ou ma mère. Mais dans la vie aussi... »

(Benoît, 39 ans, Edition web, 1999)

Comme on peut le voir avec l'exemple de Benoît, on constate que les créateurs d'entreprise ont plus tendance à se tourner vers les institutions bancaires et autres aides à la création d'entreprise que vers leur famille lorsqu'ils ont besoin de complément de financement. Il convient en outre de préciser que suite à un plan de restructuration dans l'entreprise où il était précédemment salarié, Benoît a pu bénéficier en 1998 d'une prime de départ volontaire sous la forme d'un financement d'environ 50 000 francs (environ 10 000 euros) pour création d'entreprise, ainsi que d'un accompagnement par un cabinet spécialisé. Le cumul de ses différentes ressources financières lui a donc permis de se monter en EURL avec un capital de départ non négligeable de 100 000 francs (environ 20 000 euros).

Mais les entrepreneurs n'ont évidemment pas tous la possibilité de s'autofinancer et ce d'autant plus que si certaines activités permettent de démarrer avec un capital limité, d'autres nécessitent d'apporter d'emblée un capital plus conséquent. Ne pouvant pas fonctionner uniquement par autofinancement, ces entrepreneurs vont donc avoir nécessairement besoin de recourir aux prêts bancaires pour réunir le capital nécessaire à la mise en place de leur projet. Et parce que les sommes engagées sont souvent importantes, les entrepreneurs vont cette fois plus fréquemment faire appel à leur famille pour participer financièrement afin de gonfler leur apport personnel et ainsi leur permettre d'emprunter, comme l'explique Laurent qui a créé une société spécialisée dans le recyclage :

« Moi, j'ai demandé à ma famille de participer à un premier tour de table. Alors, c'était pas beaucoup non plus, mais c'était essentiel parce que sans ça, je n'aurais jamais pu fournir un apport personnel suffisant pour emprunter à ma banque. »
(Laurent, 55 ans, Recyclage, 1991)

C'est également le cas de Benjamin qui a eu besoin de faire appel aux membres de sa famille lors de sa première levée de fond, système de financement qu'il désigne selon l'expression anglo-saxonne de « *love money* », popularisée en France dans les années 1990 autour du phénomène « *start-up* ». Si, là encore, la contribution des proches reste limitée ou « symbolique » pour reprendre ses propres termes, son père a, en outre, participé indirectement à l'obtention d'un prêt d'honneur pour son fils en le mettant en relation avec l'association « Aquitaine entreprendre »¹.

¹ Plusieurs des entrepreneurs que j'ai rencontrés sont adhérents de cette association créée en 1996 sur le modèle de « Nord Entreprendre » (fondée par la famille Mulliez), qui regroupe des dirigeants et des chefs d'entreprise locaux afin de « favoriser l'émergence de nouveaux entrepreneurs » en apportant des aides (prêts d'honneur) et des conseils à des porteurs de projets.

Au-delà de l'aspect purement financier, les entrepreneurs vont parfois bénéficier de l'appui de leurs proches non plus dans l'apport direct d'argent, mais plutôt pour limiter au maximum les coûts de leur installation, notamment en facilitant l'hébergement de l'entreprise lors de ses tous premiers mois d'existence. Les entrepreneurs démarrent souvent leur activité sans avoir forcément de local en faisant par exemple héberger leur entreprise à leur domicile. Mais, comme il faut nécessairement être propriétaire de son logement pour pouvoir y domicilier son entreprise, c'est parfois au domicile de leurs parents qu'ils vont faire héberger le siège de leur entreprise, voire dans les locaux de l'entreprise de l'un des membres de la famille dans certains cas. Bien que forcément provisoire, cette situation permet une nouvelle fois aux entrepreneurs de limiter les coûts d'installation en bénéficiant de locaux et d'infrastructure à moindre coût.

Le rôle du conjoint

Au-delà de la participation directe du conjoint sur le plan financier, la plupart des entrepreneurs tiennent à souligner le rôle primordial que joue le conjoint dans le partage du risque financier inhérent à toute création. C'est aussi ce que soulignent Céline Bessière et Sibylle Gollac : « La figure individuelle – et majoritairement masculine – de l'entrepreneur masque la mobilisation collective sur laquelle s'appuie le plus souvent l'activité entrepreneuriale. La situation conjugale est cruciale pour comprendre les modalités pratiques de la mise à son compte, ainsi que les conditions d'exercice quotidien de l'activité de chef d'entreprise. Les personnes en couple ont plus de chance de devenir indépendantes (et de le rester) que les célibataires, et la probabilité de se mettre à son compte, qui constitue une forme objectivable et statistiquement saisissable d'entrepreneuriat, croît lorsque le conjoint est actif (plutôt qu'inactif) et qu'il est lui-même indépendant (et non salarié) »¹. Au moment de créer leur entreprise, quasiment tous les entrepreneurs que j'ai rencontrés vivaient en couple. Au-delà des cas fréquents de création entre associés qui se font aussi bien pour partager les risques que pour bénéficier de compétences complémentaires, le conjoint ou la conjointe joue un rôle prépondérant dans la décision de se mettre à son compte. En effet, le revenu du conjoint est perçu comme la condition *sine qua non* de leur engagement dans l'aventure entrepreneuriale parce qu'il offre une sécurité financière pour le couple, comme l'explique ce créateur :

¹ BESSIERE Céline, GOLLAC Sibylle, 2014, *Op. Cit.*, p. 282.

« A l'époque où j'ai créé mon entreprise, mon amie venait d'être titularisée en tant que fonctionnaire au Conseil régional. D'où, en ce qui me concerne, la possibilité de prendre un risque financier en me disant : 'Si je gagne de l'argent, c'est bien. Si je n'en gagne pas, le ménage pourra tenir financièrement pendant une certaine période...'. Ça, à mon avis, ça doit être redondant parce que toutes les personnes que je connais qui ont créé une entreprise, ça a été à la base de leur décision de se lancer. (...) Et si j'ai pu garder mon indépendance financière, c'est aussi parce que je sais très bien que, sauf gros coup dur, j'ai au moins un salaire qui rentre tous les mois à la maison avec mon amie. »

(Baptiste, 45 ans, Société de services informatiques, 1994)

Dans une très grande majorité des cas, le conjoint exerçait effectivement une activité salariée au moment de créer l'entreprise, bénéficiant en outre d'un emploi stable (CDI, temps complet) et souvent dans la fonction publique.

La famille comme pourvoyeuse d'opportunités

Parfois, c'est un membre de la famille (le plus souvent le père) qui est à l'origine même de l'opportunité de la création de l'entreprise soit en tant qu'initiateur du projet de création, soit en participant à la viabilité commerciale, soit en tant qu'accompagnateur. Plusieurs cas témoignent du rôle parfois primordial de la famille dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur, comme l'illustre l'histoire de Marc, évoqué précédemment, qui s'est lancé dans la création de sa propre entreprise grâce à son père qui l'a accompagné dans sa démarche.

Dans le cas de Charles, c'est son père, haut fonctionnaire dans la santé, qui est à l'origine de l'opportunité de la création de sa société d'édition précisément spécialisée dans le secteur de la santé. C'est alors qu'il vient de rater sa deuxième année de droit et qu'il s'appête à arrêter ses études pour partir à l'étranger que son père lui parle de l'opportunité de créer une entreprise autour dans le domaine du droit de la santé :

« J'ai fait des études plus ou moins laborieuses. (...) J'ai fait deux années de droit. Une année, j'ai bien réussi et l'autre année j'ai bien réussi aussi avec des bonnes notes à l'écrit, mais je me suis planté deux fois aux oraux. Et à partir de là j'ai fait un péché d'orgueil un peu à la con en disant que je ne continuerai pas. Alors, c'est un péché d'orgueil un peu de luxe parce que si mes parents n'avaient pas été là et que j'étais dans le besoin j'aurais été obligé de continuer mes études. Là, il s'avère en l'occurrence que j'ai parlé de ma situation à mon père et à l'époque il m'a dit : 'Il y a une opportunité sur tel truc.' Et moi, j'ai dit banco ! (...) Mon père était haut fonctionnaire dans la santé à l'époque et il était au courant de certaines opportunités. Et entre autres, l'opportunité dont je vous parle... Mon entreprise est spécialisée dans le droit de la santé. Je suis leader en France du droit de la santé. Et il y a dix ans quand j'ai créé la boîte, c'étaient les balbutiements, personne n'était sur le droit de la santé. (...) Donc, mon père a eu

l'idée et moi j'ai développé et mis en place le concept. C'est comme ça qu'est née mon entreprise. Je voulais monter quelque chose mais sans avoir d'idée précise donc j'ai profité de l'opportunité. »
(Charles, 38 ans, Société d'édition, 1998)

La famille peut aussi parfois intervenir en participant à la viabilité commerciale du projet en permettant à l'entrepreneur de développer son réseau professionnel par l'intermédiaire des relations de ses proches. Ainsi l'histoire de Daniel, qui a créé une entreprise générale de peinture, montre combien son père aura joué un rôle important dans l'orientation de sa carrière. Après un parcours scolaire et professionnel qu'il qualifie lui-même de « chaotique », il finit, alors installé à Paris, un CAP de peinture via l'Association pour la formation professionnelle des adultes (AFPA). N'ayant pas vraiment de relations dans le milieu de l'artisanat dans la capitale, il décide de revenir s'installer à Bordeaux et de s'appuyer principalement sur le soutien de ses parents qui l'hébergent avec femme et enfants quelques mois, le temps que ses affaires démarrent. Son père étant assureur, il lui permet d'avoir rapidement quelques contrats en lui renvoyant ses clients victimes de sinistres ou de dégâts des eaux :

« Moi, je suis arrivé en tant que peintre indépendant et j'ai eu du boulot tout de suite, du jour au lendemain. (Avec un large sourire). Bon, c'est vrai que mon père qui était dans les assurances m'avait envoyé chez deux, trois clients qui avaient un dégât des eaux. J'ai travaillé tout de suite. Et j'ai commencé comme ça. Ça a marché assez rapidement. J'ai embauché mon premier salarié un mois après m'être installé à mon compte. »
(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

On voit ainsi que le fait d'avoir des membres de sa famille qui travaillent dans le même secteur ou dans un secteur proche de celui dans lequel on crée son entreprise est évidemment un avantage pour l'entrepreneur.

L'exemple de Carla, qui a créé une société de conseil en architecture d'intérieure et dont une partie de la famille travaille dans le secteur du bâtiment en est la parfaite illustration et résume à elle seule la manière dont les solidarités familiales peuvent parfois jouer un rôle déterminant dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur. En effet, elle évoque d'abord le rôle de son père, qui en tant que cadre dirigeant à la caisse de retraites des indépendants a pu lui fournir les conseils pratiques pour monter sa propre structure :

« J'ai été très encouragée par mes proches. Et puis, j'ai été épaulée en plus puisque mon père étant dans ce milieu-là, il m'a beaucoup aidé en fait. Enfin, il m'a aidée sur le plan technique surtout et au niveau de l'organisation administrative. Bon mon père n'est pas entrepreneur,

mais il avait un poste de direction très important à l'Organic (Caisse de retraites des indépendants du commerce, de l'industrie et des services). »
(Carla, 34 ans, Architecture d'intérieur, 2005)

Elle poursuit ensuite en décrivant le rôle primordial de son beau-père, qui en tant qu'entrepreneur dans le bâtiment a pu la former sur certains aspects du métier, tout en la faisant bénéficier de son vaste réseau professionnel pour l'aider à démarrer :

« Mais c'est surtout par rapport à mon beau-père qui est entrepreneur depuis très longtemps. Donc, il connaît beaucoup de monde dans le bâtiment et c'est vrai que ça m'a aidée sur des aspects très pratiques du métier parce qu'il venait avec moi sur les chantiers. Parce que c'est vrai qu'à l'école, on n'a pas du tout de formation concernant les chantiers, les comptes-rendus de chantiers, tout ce qui est contrat : tout ce qui est administratif en fait. On ne vous parle pas du tout de comment ça se passe quand on se met à son compte. Voilà, lui il savait comment ça marchait, donc il m'a filé toutes les infos. Et puis, il a des amis qui sont architectes que j'ai rencontrés, avec qui j'ai travaillé, donc ça m'a un peu aidée. Mais c'est surtout pour le côté pratique du chantier, pas sur l'aspect artistique, mais surtout sur l'aspect pratique, mais ça représente à peu près 70% du travail. Moi j'ai été très influencée par mon beau-père dans sa façon de travailler, sa façon d'être. Et c'est vrai qu'il m'a beaucoup aidée sur tout ça. »
(Carla, 34 ans, Architecture d'intérieur, 2005)

Enfin, elle finit par le fait qu'elle se soit installée dans les locaux d'un « ami de son père », directeur d'un cabinet d'études dans le bâtiment, ce qui lui a permis non seulement de bénéficier de locaux à prix réduits mais aussi surtout de lui assurer une partie de sa clientèle :

« Et puis c'est un coup de pouce de la part de Hubert de m'accueillir ici à des frais réduits pour m'aider à démarrer aussi. Donc, le fait d'être géographiquement là, ben c'est super pratique quoi. Le fait d'être là, ça leur fait penser à moi et puis sur le plan de l'organisation c'est beaucoup plus simple. Pour l'instant, le cabinet d'études me sous-traite beaucoup : j'ai 80% de mon travail qui me vient de cette structure. Si je n'avais effectivement pas eu devant moi, ces trois, quatre missions à faire, c'est vrai que ça aurait été beaucoup moins évident de se lancer. Je ne me serais pas lancée sans avoir quelques missions devant moi, ça c'est clair parce que financièrement, ça n'aurait pas été possible. »
(Carla, 34 ans, Architecture d'intérieur, 2005)

On pourrait également ajouter dans le cas de Carla que son mari, ancien restaurateur, a participé à une partie du financement de la création d'entreprise de sa compagne après avoir lui-même revendu son affaire. Comme on peut le voir à travers l'exemple de Carla, l'entraide familiale pour n'être parfois qu'indirecte, n'en est pas moins essentielle au moment de se lancer dans une carrière entrepreneuriale.

5. La force du mythe du *self made man*

Le retour sur l'histoire familiale de ces créateurs d'entreprise confirme que dans certains cas l'engagement entrepreneurial trouve ses racines dans une forme de socialisation entrepreneuriale qui s'exprime selon les cas à travers l'identification à des modèles professionnels familiaux, à une éducation marquée par la valorisation du travail et de l'indépendance ou encore par l'intériorisation d'attentes normatives que seul l'engagement dans la création d'entreprise peut satisfaire. La plupart des entrepreneurs ont pourtant une image assez péjorative des parcours marqués du sceau de l'héritage familial et les mobilisent souvent d'emblée comme un contre-exemple de ce qu'ils sont.

Ainsi, s'ils évoquent assez facilement et assez spontanément leurs origines sociales, ils finissent toujours, d'une manière ou d'une autre, par remettre en cause ou, au moins, par minimiser l'influence de leur milieu social sur leur engagement entrepreneurial cherchant par là à satisfaire au mythe du *self made man* dont on a vu qu'il était particulièrement présent dans la mythologie de l'entrepreneur¹.

Le rejet de la figure de l'héritier

Alors que certains mettent en avant la valorisation de l'entrepreneur, du patron et plus généralement du monde des affaires, véhiculée dans leur famille, d'autres insistent sur le décalage culturel entre leur engagement professionnel et leur milieu social d'origine. C'est en particulier le cas de ceux qui sont issus de milieux populaires. Ils décrivent ainsi leur engagement dans une carrière d'entrepreneur comme une véritable rupture dans la trajectoire familiale :

« L'entreprise, je pense qu'il y a des gens qui viennent familialement dedans. Moi, j'ai eu un milieu qui a détesté les patrons pendant des années parce que ma famille était communiste convaincue, dans la résistance et qui ont vécu l'après-guerre... J'ai eu vraiment une formation extrême gauche où l'entreprise et le patron étaient maudits, quoi ! »
(Mathieu, 34 ans, Domotique, 2002)

¹ GALLUZZO Anthony, 2023, *Op. Cit.*

Dans ce cas, la figure de l'héritier est présentée comme un repoussoir et sert implicitement à montrer tout le mérite de son propre parcours, notamment en termes de prise de risques, comme l'explique Paul :

« Dans certaines classes sociales, ça peut venir de l'éducation, je pense. Mais pour moi, le côté culturel, il n'est pas si présent que ça dans les personnes qui prennent des risques pour créer leur propre entreprise. Moi, j'en connais qui ont vingt-cinq ans et qui ont monté leur société. Ce n'est pas monter leur société, c'est papa qui leur a donné deux millions pour créer la société. Pour moi, là, il n'y a pas de risque ! Par contre les gens qui sont partis de zéro, ce sont des personnes qui ont pris des risques à un moment donné et qui savent ce qu'est le risque. [...] Mais pour moi, l'éducation, en ce qui me concerne, je ne pense pas que ce soit ça : mon père est ouvrier, ma mère travaille à l'hôpital... (Il hésite). Le côté éducation, je ne pense pas... »
(Paul, 33 ans, Société de services informatiques, 2000)

Pour ceux qui sont issus de milieux plutôt modestes, l'émancipation de leur appartenance sociale apparaît d'autant plus facile que leur discours est précisément centré sur le décalage entre leur histoire familiale et leur propre trajectoire entrepreneuriale insistant tous sur l'idée qu'ils ne viennent pas de ce « monde », c'est-à-dire celui des entrepreneurs et des chefs d'entreprise. C'est ce qu'explique Juan en évoquant les parcours de deux autres créateurs que j'ai rencontrés par ailleurs¹ :

« Moi je ne viens pas d'un milieu... Enfin, moi je pense que dans les créateurs d'entreprise... (Hésitant, il reprend en illustrant son propos par un exemple). Je vois Charles, par exemple, son père était une personnalité locale dans le monde de la santé et lui, il savait depuis tout petit qu'il allait être chef d'entreprise. Donc, à la limite, il ne s'est même pas posé la question. Et puis, tu vois aussi des gens qui sont des repreneurs, qui sont des gens qui ont été élevés pour ça. Après, il y a d'autres types, un mec comme Benoît, son père, même s'il n'était pas créateur, c'était un grand patron de l'industrie, donc c'est quand même des gens qui ont vécu là-dedans... Enfin, c'est quand même des facteurs favorisant le fait de se lancer dans la création d'entreprise, quoi. Moi, pas du tout ! »
(Juan, 46 ans, Industrie, 2001)

On sent alors que la référence au mythe du *self made man* fait partie intégrante de leur modèle de justification, ce qui les conduit plus généralement à rejeter toute forme de déterminisme social :

« Je n'étais absolument pas prédestiné à devenir ce que je suis et je ne le suis pas devenu en réaction à quoi que ce soit. Alors ma famille a respecté mon choix, ils ne m'ont pas posé de questions. Je leur ai dit que je me mettais à mon compte et basta ! Donc, il n'y a absolument

¹ Ils font partie tous les trois du « Centre des jeunes dirigeants » (CJD) Bordeaux, l'un des organismes sur lequel je me suis appuyé pour me mettre en contact avec des entrepreneurs. Créée en 1938, cette association qui se présente comme « non partisane » compte en 2020 plus de 5 700 membres à l'échelle nationale et internationale.

pas de creuset. Le creuset c'est moi qui le fais. (Avec un sourire) Alors pour les premières générations, c'est dur... »
(Mathieu, 34 ans, Domotique, 2002)

Il est d'ailleurs intéressant de voir que ce genre de représentation apparaît aussi dans le discours institutionnel, comme si, pour être un « vrai » entrepreneur, il fallait nécessairement ne partir de rien, comme l'explique ce chargé de mission en développement économique local à la mairie de Bordeaux :

« Il y a tous ceux qui culturellement, au niveau de leur milieu familial, de leur éducation sont amenés à se réaliser dans la vie en créant une entreprise. Il y en a beaucoup comme ça dont on sent qu'ils sont dans une tradition familiale. Il y en a beaucoup, mais ce ne sont pas pour autant les meilleurs projets parce qu'ils n'ont « pas faim », ils ont une sorte de droit à l'échec et la possibilité de tenter des coups avec l'appui financier de leur famille. Autrement dit, ce ne sont pas forcément les plus motivés. »

On perçoit bien dans ce discours institutionnel le caractère antagonique de la représentation d'un entrepreneur assimilé à un *self made man* qui ne doit sa réussite qu'à lui-même et celle de l'héritier qui ne doit sa réussite qu'à son appartenance sociale.

Et même chez ceux qui sont issus de milieux plus aisés, on sent cette nécessité de se décrire comme autre chose qu'un simple héritier pour satisfaire à la représentation de l'entrepreneur dont la réussite du parcours ne doit rien à personne :

« Je suis issu d'une famille, d'une classe sociale favorisée mais avec en revanche, moi, personnellement, une grosse ambition : toujours faire plus ! Parce que dans les familles, vous avez les créateurs, vous avez les profiteurs et vous avez les mecs qui font tout décliner. Normalement dans les familles, c'est ça, sur trois générations, il y a le mec qui crée, le mec qui profite et le mec qui casse tout. (Rires) Bon moi, je suis sur le développement et c'est ça qui m'intéresse, c'est d'amener toujours plus... »
(Charles, 38 ans, Société d'édition, 1998)

Le cas de Charles est particulièrement révélateur de cette tension entre son appartenance sociale à un milieu aisé et sa légitimité à se considérer comme un entrepreneur. En effet, comme évoqué précédemment, c'est son père, haut fonctionnaire dans la santé et juriste de formation, qui lui a offert l'opportunité de créer une entreprise d'édition spécialisée dans le droit de la santé :

« Peut-être qu'à un moment donné, ça a pu poser des problèmes parce que mon père se revendiquait créateur et moi derrière je disais : 'Non, mais attends mon garçon...'. (D'un air à la fois amusé et un peu gêné) Enfin, je ne disais pas 'mon garçon' à mon père, mais je lui disais

que le plus compliqué, ce n'était pas d'avoir les idées, c'est de les mettre en musique. (...) Donc, mon père a eu l'idée du concept et du premier produit. Mais moi, derrière, j'ai développé d'autres produits. Et petit à petit, alors qu'il était très présent en termes de conseils, je vais maintenant chercher des propositions ailleurs pour développer plein de nouveaux produits qui ne viennent pas de mon père. »

(Charles, 38 ans, Société d'édition, 1998)

« Ne pas entrer dans le moule »

Cette volonté de s'affranchir de son histoire familiale apparaît même chez ceux qui admettent par ailleurs que leur modèle entrepreneurial familial a pu jouer un rôle dans leur engagement dans une carrière d'entrepreneur. En effet, accepter l'idée d'une certaine transmission sociale du goût d'entreprendre n'implique pas pour autant d'embrasser totalement la voie tracée par leurs parents. Pour rappel, les entrepreneurs que j'ai interrogés sont tous des créateurs d'entreprise et non des repreneurs, ce qui a pour conséquence d'évacuer *ipso facto* les cas où l'engagement dans la carrière entrepreneuriale suit une logique patrimoniale qui passe par la transmission de l'entreprise familiale¹. Ils sont ainsi plusieurs à avoir refusé d'intégrer ou de reprendre l'entreprise familiale afin précisément de « ne pas rentrer dans le moule », comme ils disent typiquement :

« Mon père était à son compte, enfin il avait son cabinet d'assurance. Et quand j'avais dix-huit ans, voyant que je parlais dans tous les sens, il m'avait convoqué... Enfin, il m'avait fait venir dans son bureau et il m'avait dit : 'Bon, je te propose de rentrer dans les assurances avec moi...'. J'avais refusé ! (Dans un clin d'œil amusé) Bon, après, j'ai un peu regretté. Donc, j'avais dit non à mon père qui ne m'a plus jamais proposé. Du coup, c'est mon frère en second qui a pris la suite dans le cabinet d'assureur. Mais il y a ça aussi. À l'époque où il m'a proposé de travailler avec lui, dans son cabinet, je devais avoir dix-huit ans, je ne pouvais pas supporter de rentrer dans ce moule-là ! »

(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

Pour d'autres, la question ne s'est pas vraiment posée en termes de choix, leur position de cadet dans la fratrie les faisant passer derrière leurs aînés :

« J'ai fait une formation de viticulteur puisque je devais reprendre, enfin participer à reprendre l'entreprise familiale. Ce qui ne s'est pas fait. On était trois dans la famille, donc il a fallu faire un choix. J'étais celui du milieu, donc la priorité va toujours à celui qui est le plus âgé... »

(Maurice, 56 ans, Entreprise d'isolation, 2001)

¹ Sur les logiques patrimoniales à l'œuvre dans les transmissions d'entreprises voir notamment BAUER Michel, *Les patrons de PME entre le pouvoir, l'entreprise et la famille*, Collection « L'entreprise », Paris, InterEditions, 1993 ou PINÇON Michel et PINÇON-CHARLOT Monique, 1999, *Op. Cit.*

Ainsi, même si on peut penser que certains auraient peut-être aimé le faire, il y a tout de même une forme de cohérence à refuser de reprendre l'entreprise familiale lorsqu'on valorise par ailleurs la référence à un modèle entrepreneurial caractérisé par l'indépendance, comme l'explique Béatrice :

« Moi, j'étais destinée à reprendre l'exploitation familiale. A l'époque je n'avais décidé de rien. Enfin on avait décidé à ma place... Mais je ne l'ai pas fait parce que j'ai un esprit de contradiction, j'ai un esprit de rébellion ! (Rires) D'une certaine façon, c'est un peu ça, je veux faire les choses par moi-même. Dans mes choix... Je ne veux pas qu'on m'impose mes choix. Reprendre l'exploitation familiale, c'est comme si on me l'imposait et je ne voulais pas ça. Mais ce n'est pas pour autant que je renie mes origines. »
(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

Il est d'ailleurs intéressant de noter que cette même créatrice qui est aujourd'hui en âge de commencer à se poser la question de la transmission de son entreprise défend l'idée qu'il serait contre-productif de la transmettre à ses propres enfants :

« Mon fils a fait Sup de Co. Mais je fais tout pour le décourager dans l'idée de reprendre l'affaire à ma suite. Je ne pense pas que ce soit une bonne idée pour lui. (...) Lui commence à avoir l'idée de créer sa propre boîte. Il n'a que vingt-cinq ans, mais il me dit : 'Dans moins de cinq ans, j'aurai créé ma boîte !'. Alors lui, c'est différent, il veut créer un truc important avec des gros capitaux de départ et tout ! (Rires) Moi, je pense qu'il a raison de vouloir créer sa propre entreprise et je ne l'imagine pas reprendre la mienne. Je pense que moi je vendrai bientôt, mais je suis plus à l'encourager de créer son affaire à lui que de reprendre la mienne. »
(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

Cet exemple montre bien que la transmission d'une culture entrepreneuriale passe plus par la valorisation de l'esprit d'entreprendre que par le legs de l'entreprise familiale. Mais l'influence de la famille dans l'engagement entrepreneurial ne se limite pas à la transmission de modèles et de valeurs favorisant l'émergence du goût d'entreprendre. Sans aller jusqu'à parler d'« illusion biographique »¹, on peut noter que le rapport ambigu qu'ils entretiennent avec leur milieu social les conduit souvent à minimiser les influences de leur environnement familial. L'héritage social ne s'exprime par ailleurs pas uniquement à travers l'interprétation souvent subjective et nécessairement difficile de sa socialisation, mais aussi de manière plus objective dans la distribution des ressources nécessaires à la création d'entreprise. La question des rapports intergénérationnels peut alors être abordée autant en termes d'entraide (rôle des solidarités familiales dans la mise en place d'un projet entrepreneurial) que de conflit

¹ BOURDIEU Pierre, « L'illusion biographique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 62-63, juin 1986, pp. 69-72, p. 69.

(dénégation de l'héritage familial lorsqu'on revendique un parcours de *self made man*).

Alors qu'il fut souvent nécessaire de les amener à approfondir cette question de la trajectoire familiale dans la conduite de l'entretien, les entrepreneurs ont été plus à l'aise et volubiles lorsqu'il s'agissait de revenir sur leur trajectoire professionnelle ou même scolaire comme éléments explicatifs de leur engagement entrepreneurial, comme on va le voir dans le chapitre suivant.

CHAPITRE 3

ENGAGEMENT ENTREPRENEURIAL ET TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES

Lorsqu'on analyse les trajectoires professionnelles des entrepreneurs, on observe que la plupart d'entre eux ont vécu un événement s'apparentant à une « bifurcation »¹ avant de s'engager dans la création de leur propre entreprise. Pour distinguer les différents types d'événements vécus dans les parcours scolaires et/ou professionnels qui peuvent conduire un individu à créer son entreprise, on peut reprendre le modèle « push/pull » d'Albert Shapero et Lisa Sokol². Selon ce modèle, les personnes qui décident de se lancer dans la création d'une entreprise le font soit en réaction à des circonstances défavorables, comme la perte d'un emploi ou une période prolongée de chômage, les poussant à prendre leur avenir en main (*push*) ; soit parce qu'elles sont motivées par des raisons plus « positives », telles que la quête d'indépendance et le désir de contrôler leur environnement, qui les conduisent à choisir de quitter leur emploi salarié (*pull*). Les événements qui vont conduire à envisager l'opportunité de créer sa propre entreprise ne se limitent cependant pas à la sphère professionnelle et peuvent parfois concerner plus directement la sphère privée même si les deux restent souvent intimement liées (mutation du conjoint, choix du cadre de vie, remise en question de son parcours professionnel...). Dans ce chapitre, j'illustrerai les différentes situations correspondant à ce modèle push/pull en ayant recours à des cas singuliers issus de mon échantillon d'étude.

¹ GROSSETTI Michel, BESSIN Marc, BIDART Claire (Dir.), 2009, *Op. Cit.*

² SHAPERO Albert, SOKOL Lisa, « The social dimensions of entrepreneurship », in Kent C., Sexton D., Vesper K. (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Engelwood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1982.

1. Les entrepreneurs « push »

S'insérer durablement sur le marché du travail quand on est précaire : le cas de Daniel

Parce que l'absence de diplôme induit souvent une carrière professionnelle instable faite d'enchaînements de petits boulots, certains vont voir dans la création de leur propre entreprise un moyen de rompre avec la précarité de leur situation professionnelle. C'est notamment le cas de Daniel qui remonte à son expérience de l'échec scolaire pour expliquer son engagement dans une carrière d'entrepreneur.

Alors qu'il est aujourd'hui à la tête d'une grosse entreprise générale de peinture de plus de trente salariés, Daniel a connu, de son propre aveu, un parcours scolaire difficile. Issu d'une famille relativement aisée où « *tout le monde a fait de longues études* », il n'est quant à lui jamais parvenu à obtenir son baccalauréat. Il se décrit d'ailleurs volontiers comme un « *cancre* » :

« Je ne me sentais pas capable de réussir à l'école. J'étais un cancre. Je ne foutais rien malgré les menaces, malgré les promesses. Je ne foutais vraiment rien à l'école. J'étais vraiment le cancre. Mais ce serait à refaire, je ferai des études. »

(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

Après les échecs répétés, y compris en passant par « *des boîtes à bac* », il refuse, à l'âge de dix-huit ans, la proposition faite par son père de le faire rentrer dans le cabinet d'assurance qu'il dirige. Sans diplôme, Daniel connaît par la suite un parcours professionnel fait de petits boulots. C'est en 1980, à l'âge de vingt ans, qu'il monte, à la limite de la légalité, une première structure de vente de sérigraphies en porte-à-porte. Ayant peur que ses affaires ne tournent mal, son père, grâce à ses relations, lui offre l'opportunité de monter un magasin de vidéo franchisé en 1984. Daniel accepte, mais faute d'arriver à dégager des bénéfices, il décide, avec son père, de revendre le magasin au bout de deux ans. Il part alors, pendant un an, faire du transport de dattes en Algérie, pour « *se changer les idées* ». Là-bas, il reçoit un appel de sa cousine, comédienne dont le mari est producteur de cinéma à Paris, qui lui propose de l'introduire dans le milieu. Passionné de cinéma, Daniel rentre s'installer à Paris où il exerce une multitude de petits boulots sur des tournages de films en tant qu'intermittent du spectacle. De temps en temps, il réalise des petits travaux « au noir » pour les « gens du spectacle », comme repeindre

leur appartement par exemple. C'est à ce moment-là qu'il rencontre sa femme avec qui il a rapidement un premier enfant.

Il a alors trente ans et prend conscience que cette « *vie de bohème* » ne correspond plus à sa situation familiale. N'ayant aucun diplôme, ni de véritable expérience professionnelle à faire valoir sur le marché du travail, il se dit qu'il pourrait se mettre à son compte comme peintre :

« Le fait que je me sois vraiment bougé les fesses, c'est parce que j'ai fondé une famille, quoi. Quand je me suis installé dans la peinture, c'est parce que j'avais la responsabilité d'un enfant. Et maintenant j'en ai quatre, donc ça m'oblige encore plus à... C'est surtout ça qui m'a... (Silence). Parce qu'avant, on me proposait un truc et je partais à droite, à gauche. C'est à ce moment-là que je me suis stabilisé : j'avais trente ans. Ça fait donc quinze ans que j'ai pris la décision de devenir sérieux ! (Rires) (...) Et puis à ce moment-là, je n'avais pas le choix. On venait d'avoir un enfant : il fallait que je fasse quelque chose ! Le problème c'est que je n'avais pas de diplôme. Je n'avais pas de métier. Je ne faisais qu'enchaîner les trucs à droite, à gauche. Il me fallait un truc sérieux parce que le cinéma, c'est quand même un truc aléatoire. Il me fallait vraiment un truc où je travaille tous les jours. Là, je n'avais pas le choix. Je n'aurais pas connu ma femme, je n'aurais pas eu d'enfants, je n'aurais sûrement jamais fait de la peinture ! J'aurais fait autre chose. Là, je n'avais pas le choix : il me fallait un métier, il fallait que je rapporte un salaire à la fin du mois. Là, c'est parce que je n'avais pas le choix. Moi, je ne suis pas très manuel, donc la peinture, c'est ce qui me paraissait le plus simple pour moi. Le plus simple et puis le fait que j'avais l'expérience d'en avoir fait un petit peu entre deux tournages. Et puis, ça ne paraissait pas trop compliqué. »
(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

Ayant entendu dire qu'il ne pouvait s'installer comme artisan sans avoir au minimum un CAP, il s'inscrit à l'AFPA pour l'obtenir. N'ayant ni expérience, ni relations dans le métier, il décide de quitter Paris pour venir créer son entreprise dans sa ville natale (Bordeaux) où il sait qu'il pourra compter sur le soutien de sa famille. Nous sommes en 1992 et, à peine arrivé, il s'installe donc à son compte comme peintre en bâtiment sous la forme d'une entreprise individuelle, à l'âge de trente-et-un ans. Bénéficiant une nouvelle fois du soutien décisif de son père qui, en tant qu'assureur, lui envoie ses clients victimes de sinistres, sa petite structure n'a aucun mal à démarrer et se transforme rapidement en une entreprise florissante. Près de quinze ans plus tard, sa société fonctionne très bien et emploie plus de trente salariés qui se répartissent entre l'entreprise initiale de peinture et une autre entreprise spécialisée dans la rénovation de menuiseries qu'il a montée en parallèle quelques années après la première.

Le parcours de Daniel montre bien comment la création d'entreprise peut être conçue comme un moyen de se stabiliser, de s'insérer de manière durable dans une activité professionnelle lorsqu'on n'a pas de diplôme et qu'on a connu un parcours professionnel aussi décousu que le sien. La décision de s'installer à son compte lui a d'ailleurs paru d'autant plus facile à prendre qu'il estimait « *n'avoir rien à perdre* », vu la précarité de sa situation de l'époque. Contrairement à l'image communément admise selon laquelle l'entrepreneur se caractérise par le goût du risque, c'est bien souvent sur le sentiment de « *n'avoir rien à perdre* » que les entrepreneurs fondent leur décision de se lancer dans la création d'entreprise :

« Et puis de toute façon, moi, je n'avais rien avant, donc je ne prenais pas de risques. Dans le cinéma, avant, c'était un film tous les trois ou quatre mois. Enfin, ce n'était pas un travail régulier je veux dire. Non, je ne prenais pas de risques : je ne quittais pas un boulot important pour créer ça. »

(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

On retrouve beaucoup l'idée de contrainte (« *je n'avais pas le choix* ») dans le discours de Daniel. S'il considère que c'est son nouveau statut de père de famille qui l'a conduit à « *chercher un vrai métier* », il laisse aussi sous-entendre qu'avec son faible niveau de qualification, il n'avait guère d'autre choix que de s'installer à son compte pour pouvoir prétendre à une insertion durable sur le marché du travail. Pourtant, rien ne l'y obligeait vraiment. La logique aurait effectivement voulu qu'il commence d'abord à travailler comme salarié, comme le lui conseillait d'ailleurs son entourage. Il justifie cependant cette décision par le fait qu'il pouvait difficilement concevoir d'être salarié, confiant par ailleurs avoir toujours eu des problèmes avec l'autorité :

« Quand je me suis lancé dans la peinture c'était forcément à mon compte... Parce tout le monde ne comprenait pas en me disant : 'Pourquoi tu ne cherches pas d'abord une place de peintre ?'. Mais je n'ai pas le tempérament... Je n'ai jamais été vraiment salarié, à part dans le cinéma où j'étais salarié dans une maison de production. Mais je ne pouvais pas imaginer de travailler pour quelqu'un. J'ai toujours tout fait tout seul et j'ai toujours été plus ou moins à mon compte. Non, non je n'aurais pas pu imaginer d'être salarié. Enfin, entre temps j'ai quand même fait pas mal de petits boulots, mais je n'ai pas la mentalité du salarié. Et puis c'est vrai que je n'ai jamais supporté l'autorité. »

(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

Daniel a cependant du mal à expliquer cette aversion pour le statut de salarié et pour la position de subordonné autrement que comme un trait de caractère : « *je n'ai pas la mentalité de salarié* ». Cela étant, il reconnaît aussi l'influence du modèle de son père, assureur indépendant, dans la construction de cet idéal professionnel où l'on est son propre patron :

« Moi, j'ai toujours été en admiration devant mon père et ça a sûrement dû jouer après. J'ai toujours vu mon père comme un chef d'entreprise, je l'ai toujours vu commander. »
(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

Enfin, il est intéressant de noter que, bien que son parcours professionnel doive beaucoup aux opportunités offertes par sa famille et en particulier par son père, Daniel refuse de réduire l'engagement dans une carrière d'entrepreneur à une simple histoire d'opportunité :

« Moi, l'opportunité je n'y crois pas. À mon avis, on ne devient pas chef d'entreprise par hasard. Il faut quand même le vouloir, avoir ça un peu dans le sang. Même si on a des opportunités dans la vie, il faut savoir les provoquer aussi et il faut savoir les saisir. »
(Daniel, 45 ans, entreprise de peinture, 1992)

Entreprendre suite à un licenciement : le cas de Bernard

Issu d'une famille de fonctionnaires, Bernard reconnaît lui-même que rien ne le destinait vraiment à devenir un jour chef d'entreprise. Il aurait d'ailleurs voulu être « pilote de chasse », comme son frère aîné décédé lorsqu'il était plus jeune, projet rapidement avorté faute d'être apte physiquement. À défaut de pouvoir faire le métier dont il rêvait, il va s'inscrire à l'Université où il obtient une maîtrise en mécanique des fluides et en résistance des matériaux. Originaire de la région parisienne, il rejoint sa future femme qui est interne en médecine à Bordeaux en 1975. Étant par ailleurs joueur de rugby, il se retrouve rapidement embauché comme chargé d'études dans une entreprise de travaux publics dirigée par le président d'une équipe de rugby locale. Bernard va alors être chargé de développer une activité encore marginale dans l'entreprise, celle de la signalétique. Ce qu'il va s'attacher à faire pendant près de dix ans.

Au bout de ces dix ans, son patron va cependant « *le pousser vers la porte* » considérant que cette activité ne lui rapporte pas assez d'argent. Nous sommes donc au milieu des années 1980 et Bernard voit apparaître sur le marché « *les premiers systèmes de découpe par ordinateurs* ». Il se dit qu'il y a peut-être là une opportunité à saisir. Il avait en effet déjà commencé à sous-traiter certaines commandes auprès d'un indépendant qui démarrait dans cette activité. Ayant, de son côté, un « *bon portefeuille de clients* », Bernard lui propose, quelques mois après son licenciement, de s'associer pour monter une entreprise spécialisée dans la « *construction de panneaux de signalétique sur mesure* ». Bernard bénéficie en outre de

l'accord et du soutien de son ancien patron pour se lancer dans cette activité, ses affaires n'ont donc aucun mal à démarrer malgré le fait qu'il se soit rapidement retrouvé à devoir diriger seul l'entreprise. En effet, suite à un grave accident de moto qui laissera son associé tétraplégique, il se voit obligé de racheter ses parts en faisant entrer certains membres de sa famille (sa femme et l'un de ses frères) dans le capital de l'entreprise. Au moment de l'entretien, l'entreprise était déjà depuis quelques années sur un « *bon rythme de croisière* », selon ses termes, et employait cinq salariés.

Bernard considère ainsi qu'il n'aurait sans doute pas créé d'entreprise s'il n'avait pas été préalablement licencié :

« Je suis resté dix ans au sein de cette entreprise et puis à un certain moment, mon patron m'a dit que je ne lui rapportais pas assez d'argent... À un certain moment, il m'a un peu poussé vers la porte. Il m'a même carrément mis dehors en me disant : 'Tu ne me rapportes pas suffisamment'. Sans ça, je ne pense pas que je me serais lancé là-dedans. »
(Bernard, 50 ans, Signalétique, 1985)

Pour lui, l'engagement dans la création de sa propre entreprise était aussi une manière de retrouver une forme de dignité auprès de son entourage face à la disqualification qu'a entraîné le fait d'être licencié et de devoir assumer le statut de chômeur :

« Et puis, il y a une image d'avoir été licencié quand même... C'est pour ça que je reconnais que tous ceux qui vivent le chômage, il y a quand même une dévalorisation très rapide. Pour moi, vis-à-vis de ma femme, vis-à-vis de ma famille, ce n'était quand même pas évident d'avoir perdu mon boulot comme ça. Il fallait absolument que j'arrive à rebondir et créer cette entreprise me semblait une bonne manière de le faire. »
(Bernard, 50 ans, Signalétique, 1985)

Mais tous les chômeurs ne deviennent pas entrepreneurs. Encore faut-il qu'une opportunité de création se présente, soit, dans le cas de Bernard, la possibilité de s'associer avec quelqu'un qui maîtrisait un outil innovant et dont le profil technique venait bien compléter son profil plutôt commercial :

« Et puis surtout, il y a eu cette opportunité d'association, je restais quand même dans mon secteur, sur un produit un peu nouveau, innovant et donc je ne me suis pas trop posé de questions. »
(Bernard, 50 ans, Signalétique, 1985)

Le licenciement apparaît alors comme une sorte d'« événement déclencheur » qui oblige à se poser la question de son avenir professionnel et à réfléchir à l'éventualité de s'installer à son compte lorsqu'une opportunité de créer une entreprise se présente.

Entreprendre suite un plan de restructuration : le cas de Benoît

Issu, comme Bernard, d'un milieu de fonctionnaires et s'étant au départ destiné à une carrière de journaliste après l'obtention de son DUT, Benoît n'avait pas non plus « *forcément prévu de devenir un jour chef d'entreprise* ». C'est à la fin des années 1990, suite à un plan de restructuration dans la maison de radio pour laquelle il travaillait depuis dix ans, qu'il décide de se lancer dans la création de sa propre entreprise de services sur Internet, en offrant du contenu éditorial pour actualiser les sites web. Ne faisant pourtant pas partie des personnes en proie à un licenciement, il décide tout de même de « *profiter de cette opportunité* ». Il a pu, en effet, bénéficier de nombreux avantages pour monter son entreprise : une prime pour départ volontaire, un financement à hauteur de 50 000 francs de son projet de création et un accompagnement par un cabinet spécialisé. Mais, là encore, l'opportunité ne fait pas tout, il fallait aussi avoir un vrai projet même si, *a posteriori*, Benoît perçoit sa décision comme quelque chose d'assez peu réfléchi, marqué d'une certaine forme inconscience : « *Je pars sur un truc débile : j'ai une idée un jour, je n'ai pas fait d'études de marché, j'ai rien et je me dis : 'Tiens, ça doit pouvoir se vendre ça...'* ».

Nous sommes alors en 1998, soit en plein dans la période d'euphorie autour d'Internet. Benoît considère d'ailleurs être passé complètement à côté du phénomène « *start-up* » de l'époque. Il y voit finalement quelque chose de positif et qualifie, avec humour, son entreprise de « *start-up diesel* ». Il fait également un parallèle entre l'avènement de ce nouveau média et le phénomène des radios libres qu'il a connu au début des années 1980. Ainsi, après avoir passé pas mal de temps à surfer sur le net (« *sur la fin, chez X, on n'avait plus grand-chose à faire, donc on passait beaucoup de temps sur Internet...* »), il s'aperçoit que très peu de sites sont actualisés et s'étonne que ce nouveau média ne soit pas plus mis en valeur. L'idée de création de son entreprise naît de ce constat, considérant « *qu'il y avait un vrai métier à créer en actualisant les sites pour le compte des autres* ». Il crée donc sa société en mars 1999 sous la forme d'une EURL qu'il autofinance en grande partie grâce à ces indemnités de licenciement. Même si l'entreprise a eu un peu de mal à démarrer les premières années, elle commençait au

moment de l'entretien, en 2005, à « *bien tourner* », employant six salariés à temps plein.

L'opportunité du plan social apparaît donc décisive pour comprendre l'engagement de Benoît dans une carrière entrepreneuriale. Et même si l'idée de création était, d'après lui, antérieure à cet événement, il admet que cela a fini de le convaincre que c'était le moment opportun pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale. Il reconnaît ainsi que les différentes aides, notamment financières, lui ont offert un certain « confort » pour démarrer sereinement son activité :

« L'idée, c'était qu'il fallait se positionner parce qu'il y avait quand même un plan social qui allait tomber. Le plan a été effectif en novembre mais on savait depuis bien avant qu'il y avait un truc en cours. Il se trouve que moi, sur les critères du plan social, en fait, j'étais gardé. Mais j'ai quand même dit, sur les critères du plan volontaire : 'Je pars !'. Bon, c'était une manière de « profiter » (il mime les guillemets) de cette opportunité. Et après c'est histoire de récupérer le plus d'argent possible, d'être dans les meilleures conditions possibles pour pouvoir partir. (...) Mais, en fait, le projet de créer cette structure était plus en amont de cette opportunité autour du plan social. Sachant que ce n'était pas... Enfin, je me demande, je n'en sais rien... Mais je me demande, s'il n'y avait pas eu ce plan, je pense que j'aurais quand même plongé. Bon, je n'en sais rien non plus. Mais ce que je sais c'est qu'en revanche ça m'a permis... Enfin, ça a quand même été un vrai confort ! »
(Benoît, 39 ans, Edition web, 1999)

Outre le fait que les choses n'allaient pas très bien dans l'entreprise dans laquelle il était salarié, la motivation de Benoît était aussi de quitter le métier de journaliste dont il avait le sentiment d'avoir « fait le tour » après dix ans de carrière :

« Par rapport à mon précédent métier de journaliste, ce n'est pas de l'aigreur, enfin je ne le ressens pas comme ça. Moi, je me suis dit qu'au bout de dix ans, j'étais à la fin d'un cycle. (...) Voilà, j'avais passé dix ans dans le journalisme et correspondant pour une radio, c'est extrêmement épuisant parce qu'on est de permanence 24 heures sur 24, qu'à tout moment, on peut se retrouver appelé sur des sujets parfois totalement inintéressants. C'est-à-dire que le fantasme du grand reporter, ce n'est pas celui du correspondant régional, quoi ! Le correspondant régional il va faire... Moi je disais souvent : on a 90% d'alimentaire et 10% de plaisir dans ce métier-là. »
(Benoît, 39 ans, Edition web, 1999)

Là encore, on voit bien que l'opportunité du plan de restructuration n'explique pas tout, puisque si cet événement peut être considéré comme l'élément déclencheur qui lui a permis de sauter le pas, il s'agissait surtout pour Benoît de saisir l'opportunité de se reconvertir professionnellement pour quitter un métier dans lequel il ne s'épanouissait plus.

Entreprendre suite à la revente de l'entreprise : le cas de Sacha

Pour certains, c'est la perspective de la revente de l'entreprise dans laquelle ils travaillaient qui va les conduire à s'installer à leur compte. C'est notamment le cas de Sacha qui est aujourd'hui à la tête d'une entreprise artisanale spécialisée dans la pose de plafonds et de cloisons qui emploie six salariés. Titulaire d'un DUT en génie civil, c'est dans le cadre de son service militaire qu'il va connaître sa première expérience professionnelle en tant que conducteur de travaux sur des chantiers visant à aménager des locaux pour l'armée en Algérie. Une fois son service terminé, il trouve un emploi de conducteur de travaux dans une grande entreprise de construction de maisons en région parisienne dans laquelle il ne restera qu'un an. Il souhaite en effet retrouver un emploi qui se rapproche de ce qu'il faisait pendant son service militaire, c'est-à-dire l'aménagement de cloisons et de plafonds. Prospectant partout en France, c'est à Bordeaux qu'il trouve un emploi de conducteur de travaux dans une entreprise spécialisée dans l'aménagement intérieur. Il va y rester treize ans gravissant « *quelques échelons pour finir directeur de travaux* ». Il a alors trente-six ans. Son patron étant proche de l'âge de la retraite, il comprend qu'il s'appête à vendre l'entreprise. Sans pour autant avoir tout de suite l'idée de s'installer à son compte, c'est à ce moment-là qu'il se dit qu'il est de temps de partir :

« Mon patron approchait de l'âge de la retraite et il n'avait plus qu'une idée en tête : arriver à bien revendre sa société ! Et c'est à partir de là que j'ai dit : 'Ça fait suffisamment longtemps que je suis dans cette société. J'ai mes assises. Il serait temps d'aller voir ailleurs !'. Et donc j'ai commencé à prospecter pour voir ailleurs. Au départ, c'était juste pour changer de société. »

(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

Sacha se renseigne donc auprès de ses confrères pour savoir s'ils seraient intéressés par ses services. C'est suite aux propositions d'association de certains d'entre eux qu'il prend conscience qu'il a la capacité de créer sa propre entreprise, mais qu'il préfère finalement le faire seul :

« Donc, j'ai consulté des confrères qui m'ont reçu et tout. Et une grande majorité m'a proposé de monter une structure avec eux, en plafonds et cloisons. Et donc, de fil en aiguille, j'ai réfléchi un peu à la question et je me suis aperçu que j'avais le potentiel et que ce potentiel je pouvais l'exploiter sans m'associer avec d'autres, que je pouvais créer seul ma société. »

(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

Il explique par ailleurs que s'il n'a pas souhaité reprendre lui-même l'entreprise de son ancien patron, c'est d'abord pour des raisons matérielles (il n'avait pas les fonds nécessaires pour la racheter) mais aussi pour des raisons plus personnelles qui tiennent à sa volonté de créer sa propre société afin de pouvoir mettre en place sa propre vision de la gestion d'une entreprise dans ce type d'activité. On retrouve d'ailleurs souvent dans le discours des créateurs d'entreprise cette manière de considérer qu'ils auraient su mieux faire, à tort ou à raison, que leurs anciens patrons :

« Alors après, il y aurait eu aussi la solution de racheter la société dans laquelle j'étais parce que c'était une proposition qu'on me faisait. Et là, le choix a été d'abord financier parce que racheter une société qui a trente ou quarante ans d'existence, ça coûte très cher. À la différence de créer une structure qui ne coûte pas très cher et qu'on peut faire évoluer à sa façon. Et puis, c'est toujours pareil, quand vous rachetez une société, ce n'est pas votre société. Pour moi, c'est beaucoup plus difficile de reprendre une structure existante que de créer. Moi, j'ai créé ma propre entreprise, donc j'ai pu mettre en place ma propre façon de voir. »
(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

Pour Sacha, créer sa propre entreprise était aussi une manière de lutter contre un certain ennui qui s'était installé au bout de treize ans dans la même entreprise, rappelant ainsi la véritable aversion qu'ont les entrepreneurs pour la routine que l'on retrouvait déjà dans l'idée de « création compulsive » chez Joseph Schumpeter :

« Je pense aussi que j'avais une lassitude de mon travail qui faisait que je me disais que je ne pouvais pas rester comme ça. Quand vous vous levez le matin et que vous savez comment va se passer la journée, c'est chiant ! (Rires) Quand tous les matins, vous savez comment va s'organiser votre journée, il n'y a plus de surprises, il n'y a plus rien... C'est lassant donc je crois que c'est ça qui m'a donné aussi envie de changer. Il fallait que ça bouge ! »
(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

Sûr de son expérience professionnelle dans le métier et de son carnet d'adresses, c'est alors que Sacha se décide, en 1999, à démissionner pour partir créer sa propre entreprise spécialisée dans l'aménagement intérieur, à l'âge de trente-six ans. Il explique ainsi comment le fait de créer une activité qui était dans la continuité de son expérience professionnelle lui a facilité la tâche :

« En plus, j'étais déjà dans la partie donc c'était dans la continuité de ce que je faisais avant vis-à-vis de la clientèle et de la technique. Donc, je trouvais que c'était la meilleure solution pour moi. »
(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

En outre, on voit bien que si la décision d'entreprendre n'était pas forcément préméditée, elle n'en est pas moins réfléchie. Sacha formule assez bien l'idée que son engagement dans la création d'entreprise s'apparente dans son cas à un véritable calcul de type coût/bénéfice :

« Créer ma société, c'est quelque chose auquel je ne pensais pas forcément avant que j'apprenne que mon ancien patron voulait vendre. Donc, c'est surtout une histoire d'opportunité. Bon après, avant de le faire, j'ai réfléchi quand même. Je n'ai pas démissionné tout de suite ! J'ai réfléchi, j'ai pesé le pour, le contre, comment j'allais faire... Et je suis parti vraiment quand j'étais prêt. »

(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

Parmi les choses qui semblent avoir fait pencher la balance, Sacha évoque aussi ce sentiment d'être à un moment de sa carrière professionnelle où il avait acquis un certain bagage technique et commercial qu'il jugeait suffisant pour s'installer à son compte :

« C'est-à-dire que la technique, la gestion, le commercial... tous ces éléments-là, a priori, je les avais puisque des gens étaient prêts à mettre de l'argent avec moi pour créer une société et me demander de la diriger. Donc j'avais ce potentiel. »

(Sacha, 37 ans, Aménagement bureaux, 1999)

Ainsi lorsque Sacha explique, au final, que son engagement dans la création d'entreprise était « *surtout une question d'opportunité* », il entend par là un ensemble de facteurs qu'il ne maîtrise pas (revente de l'entreprise, reconnaissance d'autrui) et dont la combinaison avec un ensemble de considérations personnelles (volonté de changement, sentiment d'avoir la capacité de créer et diriger sa propre entreprise) va l'orienter favorablement vers l'acte d'entreprendre.

La présentation de ces différents cas montre que la décision de s'engager dans un projet de création d'entreprise fait souvent suite à l'expérience d'une situation d'incertitude professionnelle. On observe cependant que le désir d'entreprendre est souvent antérieur aux événements en question et renvoie plus généralement à une insatisfaction professionnelle plus profonde ou la nécessité d'accéder à une forme de reconnaissance professionnelle que participe à satisfaire l'accès au statut d'entrepreneur.

2. Les entrepreneurs « pull »

Faire reconnaître un niveau de diplôme : le cas de Juan

Dans certains cas, ce n'est pas tant le *niveau* que le *type* de diplôme qui est à l'origine du sentiment d'être discriminé sur le plan professionnel. Le cas de Juan s'apparente à un cas limite tant peut apparaître atypique la trajectoire qui l'a conduit à devenir fondateur et gérant d'une société spécialisée dans l'innovation industrielle en matière de polymères qui employait plus de vingt salariés au moment de l'entretien. Son histoire offre cependant une bonne illustration de la manière dont les diplômes obtenus par formation continue peuvent parfois être dévalorisés. Fils d'un père ouvrier et d'une mère femme au foyer, cet immigré espagnol est venu s'installer en France, au début des années 1980, pour rejoindre sa future femme. N'ayant pas réussi à obtenir son bac et ayant commencé à travailler très jeune dans le bâtiment comme son père, c'est sans qualification qu'il arrive en France. Il décide donc de monter, avec sa femme, un commerce sur la plage d'Hendaye, « *une baraque à frites* » comme il l'appelle. Pendant sept ans, il s'occupe avec sa femme de ce commerce « *très lucratif* » où l'argent accumulé pendant la saison estivale leur permet de vivre de petits boulots le reste de l'année. Pour occuper la période hivernale, il décide de monter avec quelques associés une entreprise de livraison de courses à domicile au milieu des années 1980. Cette entreprise n'ayant jamais véritablement réussi à décoller, il revend ses parts au bout d'un an. Bien que sa « *baraque à frites* » lui rapporte encore beaucoup d'argent, il considère cette activité comme peu épanouissante sur le plan personnel. Sa femme souhaitant faire des études de psychologie, ils partent s'installer à Bordeaux tout en conservant leur commerce. Souhaitant de son côté faire un bilan de compétences pour savoir dans quel type d'activité professionnelle il pourrait se reconvertir, on lui indique qu'il a « un niveau troisième » et « aucun droit au chômage » n'ayant pas cotisé en tant que commerçant.

Ayant conscience que, sans diplôme, il ne pourra pas trouver « *un métier honnête* », Juan se décide à reprendre ses études à l'âge de vingt-huit ans. Il s'inscrit donc au DAEU (Diplôme d'Accès aux Etudes Universitaires) pour obtenir une équivalence au baccalauréat et suit en parallèle des cours du soir pour obtenir un CAP d'électronique. Il obtient les deux et choisit de s'inscrire à l'Université en DEUST de chimie en se spécialisant dans la colle et les adhésifs. Il termine « *major de sa promo* » et trouve tout de suite du travail en tant que

contractuel dans un des laboratoires de l'Université où il a suivi sa formation. Il y dirige un service de transfert de technologies spécialisé dans les applications industrielles autour des polymères (principalement le collage des matériaux). La reprise de ses études lui ayant finalement plutôt réussie, il décide de continuer à étoffer sa formation scolaire en préparant un diplôme d'ingénieur au Conservatoire nationale des arts et métiers (CNAM), en cours du soir, en parallèle de son activité professionnelle. Une fois son diplôme obtenu, il s'attend à avoir de nouvelles propositions en termes de responsabilités au sein du laboratoire dans lequel il travaille. En effet, le service qu'il dirige est, selon lui, « *une très bonne affaire pour l'Université sur le plan financier* » et doit faire face aux demandes de plus en plus nombreuses de la part des industriels de la région. Mais il va rapidement déchanter, jugeant que les propositions qui lui sont faites sont largement insuffisantes. Il a notamment le sentiment que le milieu universitaire perçoit son nouveau diplôme d'ingénieur comme un « sous-diplôme ». Considérant que son niveau de qualification n'est pas reconnu à sa juste valeur, il décide donc de démissionner :

« Donc, j'ai fini le diplôme d'ingénieur CNAM et dans le labo où je travaillais, on a considéré que c'était un diplôme de second ordre et donc, malgré le fait que j'avais du personnel sous mes ordres et que je dirigeais un service qui marchait très bien, il voulait me payer beaucoup moins. Alors, j'ai démissionné du jour au lendemain. »
(Juan, 46 ans, Industrie, 2001)

Juan part donc poursuivre l'activité de son service en créant en 1996 une cellule de transfert de technologie sous forme associative auprès de l'ADER (Association pour le Développement de l'Enseignement et de la Recherche) qu'il qualifie d'« *association qui gère le business de l'Université* ». Face au succès de l'activité de cette cellule, il s'aperçoit rapidement qu'il n'a plus besoin du soutien de l'ADER. Il quitte donc l'association pour créer sa propre société en 2001. Les membres de son équipe (cinq personnes) l'ayant suivi, il décide que l'entreprise prendra la forme d'une Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC) dont il devient le gérant. Si la décision de se constituer en société marque la volonté de s'émanciper de la tutelle universitaire, il décide pourtant de rester proche du milieu de la recherche en installant les locaux de l'entreprise sur le campus de l'Université à Pessac. Depuis 2001, le statut de coopérative de son entreprise lui a permis d'élargir son domaine d'activité et ainsi de se développer en passant de cinq salariés à l'époque de sa création à plus de vingt au moment de l'entretien.

Entreprendre pour s'ouvrir de nouvelles perspectives professionnelles : le cas de Béatrice

Au-delà des difficultés à s'insérer durablement sur le marché du travail, on sait combien l'absence de diplôme détermine les prétentions en matière de carrière professionnelle. Une personne sans diplôme n'a souvent guère d'autre choix que de s'orienter vers les emplois les moins qualifiés. Aussi, les entrepreneurs voient dans la création de leur propre entreprise un moyen d'élargir leurs perspectives professionnelles et de faire reconnaître des compétences et/ou des qualités personnelles qu'ils ont le sentiment de détenir mais qu'ils n'ont pas nécessairement réussi à faire reconnaître par un diplôme. C'est en particulier le cas de Béatrice qui, malgré un niveau de diplôme très faible, ne pouvait se résoudre à restreindre ses ambitions professionnelles.

Titulaire d'un simple BEPC, Béatrice est au moment de notre entretien en 2005 depuis plus de vingt ans à la tête d'une société de services qui emploie douze salariés et compte plusieurs filiales à travers la France. Comme évoqué dans le chapitre précédent, c'est après avoir refusé de devenir « *bergère de mouton* » dans l'exploitation agricole familiale, que Béatrice décide de partir de son Périgord natal pour s'installer à Bordeaux où elle va exercer divers emplois dans le commerce, une activité d'abord choisie par défaut :

« Quand je suis arrivé sur Bordeaux, j'étais jeune. Je n'avais pas de diplôme, pas d'expérience. Donc, je n'avais pas trop le choix. Je me suis d'abord faite embaucher comme vendeuse dans un magasin de prêt-à-porter. »
(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

Bien qu'elle soit rapidement devenue responsable de magasin, elle n'envisage pas pour autant de faire carrière dans ce métier qui ne l'intéresse pas :

« J'ai été responsable d'un magasin de prêt-à-porter pendant deux ans, mais j'estimais que ce n'était pas ma voie et puis le statut de salarié n'était pas forcément celui que je souhaitais garder non plus. »
(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

N'ayant pas de diplôme, ni d'autre expérience professionnelle à faire valoir, elle a l'impression qu'elle n'a aucune possibilité de se sortir de cette impasse professionnelle. Elle estime que son faible niveau d'études lui interdit d'accéder aux responsabilités et aux métiers auxquels elle aspire, et c'est cela qui va la pousser à entreprendre :

« Quand j'étais salariée, j'avais du mal à trouver ma place parce que j'avais des idées sur des métiers que je voulais faire mais que je ne pouvais pas faire parce que je n'avais pas fait les études pour... Vous comprenez, j'avais l'impression d'être en marge de tout un système ! Je ne pouvais pas faire reconnaître des diplômes ou des formations, je n'en avais pas ! Donc, je me suis dit à partir de là : 'C'est à moi de faire ce que je veux faire toute seule !'. C'était peut-être ça l'idée de créer une entreprise au fond. »

(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

Au-delà de la difficulté à trouver une voie professionnelle satisfaisante, Béatrice exprime, comme Daniel précédemment, ce sentiment de ne « *pas être faite pour être salariée* ». On retrouve par ailleurs la même ambiguïté lorsqu'il s'agit de l'expliquer. Elle est partagée entre la tentation d'y voir un trait de caractère et une forme de reproduction du modèle professionnel de ses parents exploitants agricoles, profession où, comme elle le dit elle-même : « *on n'a pas de patron et on n'apprécierait pas d'en avoir un !* ». Mais cette volonté d'être son propre patron trouve aussi ses racines dans un sentiment d'injustice lié au manque de reconnaissance de son implication dans son travail lorsqu'elle était responsable d'un magasin de prêt-à-porter :

« Alors, je n'ai pas eu de mauvaises expériences non plus, mais des choses que je considérais comme des injustices. Quand on s'investit à fond dans une entreprise même en tant que salarié, qu'on voit qu'on travaille et qu'on n'a pas la contrepartie dans les choses qu'on attend. Après en avoir discuté, on voit qu'il n'y a pas d'évolutions possibles... Bon, on se dit que ce n'est pas la peine de travailler pour ça ! (...) Mais c'était aussi parce que j'étais trop investi pendant les deux ans où j'ai tenu mon magasin et sans être reconnue dans ce niveau d'investissement que je suis partie. Je faisais bien plus de temps que j'aurais dû faire, mais il n'y avait pas la reconnaissance de l'autre côté. Et je me disais que ce n'était pas normal, donc autant travailler pour soi que pour les autres ! »

(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

Béatrice admet ainsi que l'engagement dans la création d'entreprise était vraisemblablement un moyen d'obtenir une forme de reconnaissance professionnelle que son faible niveau d'études ne lui permettait pas d'avoir :

« Je suis une autodidacte. Alors peut-être que j'avais besoin de prouver ma valeur par autre chose que des diplômes et que c'est pour ça que j'ai créé ma propre entreprise. Mais est-ce que créer son entreprise c'est suffisant pour se sentir valorisée ? Pour moi, ça me suffit. »

(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

Ce n'est d'ailleurs qu'après la création de son entreprise, qu'elle reprendra le chemin des études en suivant des formations au CNAM, mais en « auditeur libre », « *sans chercher à*

les faire valider par un diplôme », se sentant peut-être encore complexée par le fait de n'avoir « *qu'un BEPC* », comme elle dit.

On perçoit bien, dans le cas de Béatrice, à quel point le besoin de reconnaissance peut être un moteur¹, en particulier pour les entrepreneurs qui se sentent disqualifiés par leur niveau de diplôme. Et si, comme beaucoup d'autres, Béatrice ramène son engagement entrepreneurial à une forme de mise à l'épreuve de soi (on retrouve comme un *leitmotiv* dans les entretiens cette idée qu'on crée une entreprise pour « *se prouver quelque chose à soi-même* »), le regard d'autrui est souvent bien plus important qu'ils ne veulent bien l'admettre. Pour preuve, à la fin de l'entretien, Béatrice a tenu à me montrer tous les articles parus sur elle dans la presse depuis vingt ans. Les commentaires lors du visionnage des articles en question sont assez éloquentes :

« J'ai des articles de presse, ça vous intéresse de les voir ? Je peux vous faire des photocopies, j'en ai plein ! J'ai aussi fait des émissions de télé, notamment sur France 3... (Elle m'apporte un dossier dans lequel tous les articles sont classés par ordre chronologique depuis vingt ans). Il y a quand même une fierté dans le fait d'avoir des articles... Je les porte à ma mère, elle est contente ! (Rires). L'autre jour, elle me dit : 'Mais où tu veux que je mette tout ça ?!'. Non, je lui donne, ça lui fait plaisir. (...) (En me montrant le premier de la pile). Ah, celui-là j'y tiens : c'est mon premier article dans « Sud-Ouest ». Mais j'ai aussi eu des articles dans des magazines et dans des quotidiens nationaux : le plus récent c'est cette année dans « La Tribune ». (...) Celui-là je l'aime bien, c'était un dossier sur « Les 100 jeunes qui gagnent » (...) Là, c'est un petit article mais ça m'amusait de voir que j'étais en une, sur la même page que Dassault ! (Rires). C'est le genre de chose qui fait plaisir. »
(Béatrice, 50 ans, Services aux entreprises, 1985)

Au final, l'exemple de Béatrice montre combien le niveau de diplôme, ou plutôt ici l'absence de diplôme, détermine fortement l'horizon des possibles sur le plan professionnel. Dès lors, l'engagement dans la création d'entreprise apparaît comme le seul moyen d'élargir des perspectives professionnelles bien minces mais aussi – et surtout - d'obtenir une forme de reconnaissance sociale à laquelle on n'avait pas eu droit jusque-là.

Entreprendre pour combler un manque de reconnaissance professionnelle : le cas de Paul

Les entrepreneurs font parfois référence à une mauvaise expérience professionnelle en tant que salarié pour justifier leur engagement dans la création de leur propre entreprise. Il s'agit le plus souvent du sentiment que leur implication dans leur travail n'était pas reconnue à sa

¹ HONNETH Axel, 2007, *Op. Cit.*

juste valeur, que ce soit sur le plan des responsabilités confiées ou sur le plan financier. C'est ce que raconte Paul qui a quitté l'entreprise d'informatique qui l'employait pour créer sa propre entreprise dans le même secteur.

Titulaire d'un Bac S, Paul s'inscrit d'abord à l'Université en mathématiques avant de se réorienter vers l'informatique *via* un DUT. Il part ensuite faire son service militaire où il réussit à valoriser ses compétences en informatique en intégrant le service informatique de la préfecture de police de Paris. À la fin de son service, il décide d'intégrer une école d'ingénieur sur Bordeaux, formation qu'il abandonne rapidement ne faisant, selon lui, que « *refaire ce qu'il avait déjà fait* ». Il décide donc de chercher du travail sur Bordeaux et ses alentours. En 1997, à l'âge de vingt-six ans, il se fait embaucher comme programmeur dans une entreprise de services informatiques qui conçoit des logiciels et fournit des prestations sur Internet. Profitant du « boom » d'Internet de la fin des années 1990, l'entreprise se développe très rapidement et Paul, simple programmeur au départ, se retrouve à devoir gérer une équipe de cinq informaticiens « *sans pour autant avoir de perspectives d'évolution de carrière dans l'entreprise* ». S'impliquant beaucoup dans son travail et ayant l'impression d'exercer « *plus les fonctions de cadre que de celles de programmeur* », il considère que son investissement dans l'entreprise n'est pas suffisamment reconnu. Sachant que l'entreprise pour laquelle il travaille a triplé son chiffre d'affaires en deux ans, il vit ce manque de reconnaissance professionnelle comme une injustice. Malgré son peu d'expérience dans le métier, il pense détenir un bon savoir-faire sur le plan technique et réfléchit alors à l'idée de s'installer à son compte.

Paul voit finalement dans cette absence de reconnaissance professionnelle la raison principale de son engagement dans la création d'entreprise :

« Pour être franc, si la société avait été réglo sur ses promesses d'investissement du personnel par rapport aux prestations, rentrées d'argent, innovations apportées... S'il y avait eu un vrai échange, un vrai plan de carrière, j'y serais encore. J'y serais encore, ça c'est clair. Mais en ce qui me concerne et face au développement de l'entreprise, j'avais le sentiment de ne pas être impliqué ou de ne pas récolter les fruits des promesses qu'on m'avait faites. (...) L'idée, c'était de voir tout ce qu'il était possible de faire et comment est-ce que je pourrais faire la même chose... Enfin, faire ce dont j'avais envie, puisqu'il y a un créneau, puisque ça marchait très bien, puisque les techniques commerciales étaient efficaces, puisque voilà... Et une fois que j'ai eu toutes ces informations, je me suis lancé. J'ai donné ma démission parce que la société ne donnait pas de réponses à mes attentes. »

(Paul, 33 ans, Services informatiques, 2000)

Ayant quelques idées de concepts à développer, Paul souhaite faire fructifier son expérience dans le développement de logiciels dédiés à Internet pour se lancer lui aussi dans ce domaine d'activité qu'il qualifie de « *très porteur à l'époque* ». Il décide tout de même de parler de son projet à l'un de ses collègues, commercial, pour lui proposer de s'associer. Après s'être renseigné auprès de certains de ses clients, il se dit qu'il y a une opportunité à saisir. Mais, ayant une clause de non-concurrence dans son contrat, il est obligé de fonctionner « *avec prudence* » pour ne pas faire l'objet de poursuite judiciaire de la part de son employeur :

« Les clients passaient directement par nous et en faisant un rapide tour des clients potentiels, on s'est rapidement rendu compte que certaines personnes n'attendaient que ça, en disant : 'Si vous vous lancez, on vous suit !'. Donc là, évidemment tout ça se fait en secret parce que c'est impératif en termes de poursuite juridique tout simplement parce que ça peut coûter extrêmement cher : ce n'est, ni plus, ni moins que du vol de clientèle ! »
(Paul, 33 ans, Services informatiques, 2000)

Assuré de pouvoir démarrer son activité tout de suite grâce à l'accord de principe de certains de ses gros clients, Paul démissionne et part créer son entreprise sous forme de SARL en 2000, à l'âge de vingt-huit ans. Souhaitant au départ se spécialiser dans le développement de logiciels dédiés à Internet, sa société se réoriente pourtant rapidement vers une simple activité de maintenance, réparation et vente de matériel informatique, faute de moyens financiers suffisants pour se lancer dans une activité de développement de logiciels innovants. Au bout de cinq ans, alors que l'entreprise connaît déjà des difficultés, Paul se sépare « *à l'amiable* » de son associé qui ne s'était, selon lui, jamais véritablement investi dans la création de l'entreprise. Même s'il ne le reconnaîtra qu'à demi-mots pendant l'entretien, son entreprise n'a visiblement jamais fonctionné comme il l'aurait souhaité. Devenue depuis largement déficitaire au fil des années, l'entreprise a été mise en liquidation judiciaire quelques mois après notre entretien.

Entreprendre pour rester dans une dynamique d'ascension professionnelle : le cas de Brigitte

Pour d'autres, la création d'entreprise s'apparente plus à un moyen d'ouvrir de nouvelles perspectives professionnelles face à un plan de carrière à l'horizon bouché. Comme on l'a vu précédemment, ce genre de motifs est également présent chez ceux qui sont peu diplômés et se sont rapidement retrouvés bloqués dans leur ascension professionnelle. Mais c'est aussi le cas

des plus diplômés qui, à un moment de leur carrière, ont l'impression d'être arrivés « au bout » de ce que pouvait leur offrir l'entreprise dans laquelle ils travaillaient.

C'est le cas de Brigitte qui a fondé, il y a plus de quinze ans, une entreprise qui réalise des études de marché sur Bordeaux et qui emploie une quinzaine de personnes. Issue d'un milieu qu'elle qualifie de « modeste », Brigitte explique d'abord qu'elle aurait voulu faire les Beaux-arts, mais que ses parents n'avaient pas les moyens de lui payer ce genre d'études. Originaire des Landes, elle part s'installer à Bordeaux pour suivre des études de gestion. Après l'obtention de sa maîtrise, au début des années 1970, elle trouve « *sans trop de souci* » du travail à Paris où elle exerce les fonctions de cadre dans diverses entreprises industrielles. Puis, à l'âge de trente-quatre ans, elle connaît ce qu'elle appelle un « *premier accident de parcours* » : elle fait une dépression suite à la mort brutale de son frère aîné. Elle perd alors son emploi et déclare avoir eu beaucoup de mal à en retrouver un par la suite. Etant par ailleurs jeune maman d'une petite fille qu'elle élève seule, elle décide de revoir ses ambitions professionnelles à la baisse et accepte un job d'enquêtrice dans une boîte internationale parce qu'elle a « *quand même une fille à nourrir* ». Bien qu'ayant commencé au bas de l'échelle, elle estime avoir eu la chance que son patron de l'époque, qui connaissait son parcours, la « *prenne sous son aile* » et lui permette de progresser rapidement dans l'entreprise jusqu'à devenir directrice de clientèle au bout d'une dizaine d'années.

Après dix ans dans la même entreprise, une certaine lassitude s'installe chez Brigitte, accentuée par le sentiment d'être arrivée au bout des perspectives professionnelles que pouvait lui offrir cette entreprise :

« Au bout d'une dizaine d'années, une fois que j'ai eu fait le tour de mon boulot... Et puis, je crois que j'en ai eu aussi un petit peu marre de la vie parisienne. Je ne sais pas, il y a eu quelque chose qui m'a poussé à partir. J'ai dit : 'J'en ai marre !'. Et puis, moi, quand j'étais salariée, j'ai grimpé tous les échelons. J'ai fini directrice de clientèle et après je ne pouvais plus bouger puisque au-dessus je ne pouvais que prendre la place de mon DG ! (Rires) Non, j'avais fait le tour. J'en ai eu marre, je me suis dit : 'Je rentre ! Je vais monter ma société'. Je crois que je suis quelqu'un... Dès que j'ai fait le tour d'un truc, je pars ! »

(Brigitte, 55 ans, Etudes de marché, 1992)

Brigitte déclare tout de même avoir mis deux ans à mûrir son projet. Les problèmes de santé de ses parents qui résidaient encore dans les Landes finissent de la convaincre de rentrer dans son Sud-ouest natal pour créer sa société. Bénéficiant déjà d'une bonne expérience du

métier et ayant gardé de nombreux contacts dans la profession, elle décide de créer en 1992, dans la continuité de ce qu'elle faisait précédemment, sa propre société d'études de marché, à Bordeaux. Son entreprise, qui employait douze salariés et était largement bénéficiaire au moment de l'entretien, était pourtant en liquidation judiciaire deux ans plus tard.

Entreprendre pour se réorienter professionnellement : le cas de Julien

Enfin, pour certains entrepreneurs, l'engagement dans une carrière d'entrepreneur s'explique plus généralement par une forme de « ras-le-bol » de leur métier ou du sentiment de s'être trompé de voie. Dès lors, la création de sa propre entreprise apparaît comme une manière de se reconverter professionnellement, de venir corriger une trajectoire professionnelle jugée peu épanouissante en changeant d'activité. C'est notamment le cas de Julien qui, après avoir exercé le métier d'ingénieur, a radicalement bifurqué pour monter un café où l'on apprend à jouer à des jeux de société.

Après son bac, Julien intègre une école d'ingénieur en biologie industrielle dans la région bordelaise, formation pendant laquelle il rencontre celui qui sera plus tard son associé (Christophe). Bien qu'il ait obtenu son diplôme avec succès, Julien déclare avoir très tôt pris conscience qu'il ne ferait pas carrière dans le métier d'ingénieur. Il décide tout de même de tenter l'expérience, me confiant qu'« *en général, quand (il) commence un truc, (il) aime bien le terminer* ». Il part donc travailler pendant trois ans dans une filiale d'un grand groupe industrielle, en banlieue parisienne, en tant que responsable qualité dans le traitement des eaux. Sans pour autant y voir une mauvaise expérience, il considère son travail et surtout le milieu de la grande entreprise comme peu épanouissant. Animé par la volonté de « *pouvoir partir sans devoir rien à personne* », il démissionne au terme d'une mission qui consistait à obtenir la certification iso X de l'usine où il travaillait. Il revient alors s'installer dans le Sud-ouest, projetant de se réorienter vers le métier de professeur des écoles. Il prépare donc, pendant un an, le concours d'entrée à l'Institut universitaire de formation des maîtres (IUFM) en candidat libre. En parallèle de cette année qu'il qualifie de « *sabbatique* », il arrondit ses fins de mois en faisant du convoyage de bateau en tant que *skipper*. Pour l'anecdote, il explique que c'est lors d'un de ces voyages qu'il a eu l'idée de monter son café/jeux. Ce n'était d'ailleurs pas sa première idée de création d'entreprise. Quelques mois avant de partir de Paris, il avait déjà envisagé de monter une entreprise de moto-taxi en reprenant le concept du « taxi-brousse »,

idée qui lui était venue suite à un voyage au Bénin. Mais il a finalement abandonné le projet après avoir été mal conseillé :

« On nous a dit que ça n'allait pas marcher parce qu'on serait hors la loi de se baser sur le fait qu'en moto on gagne du temps par rapport aux voitures dans les embouteillages... En fait, on nous a dit que le code de la route n'autorise pas à rouler entre les voies, c'est juste une tolérance, tu n'as pas le droit de faire du business là-dessus. Donc, c'est pour ça qu'on l'a arrêté. »

(Julien, 32 ans, Café, 2002)

Julien constate, avec une légère amertume, que les entreprises de moto-taxi ont fleuries peu de temps après, mais il n'a pas forcément de regrets ayant le sentiment qu'il s'agissait d'un projet peu valorisant, du « *pur business* », comme il dit. C'est à cette même période, qu'il renoue les liens avec Christophe, son ancien camarade de promotion en école d'ingénieur qui, après avoir prématurément quitté l'école et « galéré » quelques années, envisage comme lui sa reconversion professionnelle en préparant le concours pour devenir professeur des écoles. Ils vont pourtant tous les deux échouer au concours. C'est à ce moment-là que Julien propose à Christophe de s'associer sur le projet du café-jeux qu'il a déjà en tête depuis quelques mois. Leur affaire ayant eu un peu de mal à démarrer, notamment la première année, ils ont dû se contenter de maigres salaires, dépassant guère l'équivalent du RMI à l'époque, jusqu'à la troisième année. Les comptes étant revenus à l'équilibre à partir de la quatrième année, cela leur a permis de se dégager des petits salaires (1 500 euros) et d'embaucher depuis peu au moment de l'entretien une personne à mi-temps. Au moment de l'entretien, ils pensaient s'engager dans d'autres projets entrepreneuriaux après avoir refusé de transformer leur concept en franchises, comme le leur avait pourtant conseillé leur comptable.

Si la décision de créer une entreprise fait ici suite à l'échec d'un premier projet de réorientation dans l'éducation nationale, la décision de Julien de créer sa propre entreprise peut aussi s'interpréter, malgré un parcours scolaire réussi jusqu'au diplôme d'ingénieur, comme une sorte de rejet du monde de la grande entreprise jugé peu épanouissant :

« Donc, j'ai fait ça trois ans. Et ça me travaillait, je me disais : 'Quand est-ce que je vais me barrer ?'. (...) Parce qu'en fait, ce qui me dérangeait dans mes études et dans le boulot que je faisais, c'était tout ce bourrage de mou. Quoi, c'est un peu réducteur de dire ça, mais c'était l'idée de travailler pour le grand capital, un peu... Je n'aime pas dire ça, parce que je suis pour l'économie de marché. Mais, vraiment, tu étais l'élite de la France parce que tu bossais pour une boîte qui était de toute façon des enfoirés. Ce n'était pas du tout la notion que j'avais de mener ma vie à bien. Ça me gênait de bosser dans le seul but que la boîte se fasse du fric. (...) Alors ce n'est pas du tout une expérience négative parce qu'au moins ça permet de voir le milieu

de l'entreprise. Le seul truc, c'est que je me suis dit : 'Plus jamais ça !'. Et en plus, moi, j'étais responsable qualité. Je ne sais pas si tu vois ce que c'est : c'est l'organisation du changement dans l'entreprise. Bref, moi je trouve que c'est un taf de merde, c'est du vent ! (...) Bon, j'avais d'abord pour projet de devenir instituteur, mais j'avais déjà dans l'idée de monter ma propre boîte sans trop savoir dans quoi. Et puis, j'ai eu cette idée de monter un café/jeux et comme j'ai raté le concours, je me suis lancé là-dedans. »

(Julien, 32 ans, Café, 2002)

Entreprendre pour donner du sens à son travail et à son existence : le cas de Benjamin

On retrouve sensiblement les mêmes motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale chez Benjamin, jeune cadre dans la grande distribution qui s'est reconverti dans un domaine qui le passionne, celui de l'informatique, en créant une société spécialisée dans la conception de sites web. Après avoir obtenu son diplôme dans une école de commerce lyonnaise, Benjamin fait son service militaire en tant qu'officier de réserve dans la gendarmerie. L'armée repère rapidement ses compétences en informatique et lui attribue des fonctions dans ce domaine. A l'issue de son service, il réfléchit déjà à un premier projet de création d'entreprise autour de la création de Cdroms alors en plein essor. Mais, rapidement, il « jette l'éponge » ayant le sentiment d'arriver trop tard sur le marché et de ne pas avoir assez de moyens financiers pour jouer à armes égales avec des concurrents déjà bien installés. Hésitant à reprendre ses études pour passer un *Master of business administration* (MBA) de logistique, sur les conseils de son père qui travaille dans ce domaine en tant que cadre chez *IBM*, il se décide finalement à chercher du travail. Après avoir envoyé de nombreux CV, il finit par trouver un emploi de cadre dans la grande distribution. Souhaitant retourner vivre dans son Sud-ouest natal, il se retrouve pourtant chef de rayon dans une grande enseigne de bricolage à Bourges. Par jeu de promotion interne, il se retrouve au bout d'un an chef de secteur à Melun. Un an plus tard, il est contacté par un cabinet de « chasseur de tête » pour intégrer une autre enseigne de grande distribution. N'ayant pas renoncé à son projet de retourner vivre dans le Sud-ouest, il impose alors ses *desideratas* géographiques et obtient un poste de chef de secteur à Pau. Nous sommes alors en 1997 et bien que de belles perspectives de carrière s'offrent à lui, Benjamin ne supporte plus de travailler dans ce milieu :

« Au bout de trois d'expérience dans la grande distribution, je me disais... J'avais le parcours qui était à peu près tracé pour finir directeur de magasin, etc., mais vraiment ça ne m'allait pas. Je n'étais pas du tout en phase avec la façon dont fonctionnait le milieu ! (...) Donc, je n'étais pas du tout bien dans ma tête ! Ça ne me correspondait pas. Vraiment, ça ne me correspondait pas du tout ! Moi, j'avais une vision de la vie qu'on avait qu'une seule existence

et qu'il fallait que j'arrive à faire quelque chose d'épanouissant... Je ne voulais pas commencer à vivre le soir, en rentrant chez moi à 20 heures, en plus crevé, couché à 21h30 et le lendemain rebelote à 5 heures parce qu'il y avait une opération commerciale à monter ! (...) Moi, je vous assure, je me souviens quand j'étais dans la grande distribution, le matin je me levais, je n'avais pas envie d'aller travailler ! Et même si j'avais des responsabilités, j'attendais le soir parce que pour moi le meilleur moment c'est quand je partais. »

(Benjamin, 35 ans, Agence Internet, 1998)

Comme nous le verrons plus loin, les entrepreneurs ont beaucoup de mal à concevoir l'idée qu'un travail puisse être assimilé à une contrainte et déclarent donc souvent à l'inverse : « moi, je suis content de me lever le matin pour aller au boulot ».

C'est alors qu'en 1997, toujours passionné par l'informatique, Benjamin commence à voir paraître de plus en plus d'articles sur Internet dans la presse spécialisée. Il se dit :

« Tiens, il y a un truc qui est en train de partir, qui est en train de se lancer... Je suis passionné d'informatique depuis toujours. J'ai envie de monter ma boîte depuis toujours, c'est un truc que j'ai envie de faire, de diriger mon entreprise et c'est peut-être le moment d'y aller ! »

(Benjamin, 35 ans, Agence Internet, 1998)

Il voit ainsi dans l'avènement d'Internet l'opportunité de quitter son métier pour partir créer sa propre entreprise dans un domaine d'activité qui le passionne depuis toujours, celui de l'informatique. Après avoir eu l'impression d'arriver « un peu tard » lors de son premier projet de création autour des Cdroms, il se dit que cette fois, ce n'est pas forcément une mauvaise chose d'arriver « un peu tôt ». Il décrit avec un certain enthousiasme cette période comme une époque de pionniers : « les programmeurs devaient apprendre de nouveaux langages de programmation liés à Internet. Tout était encore à faire ! ». Il négocie alors un licenciement à l'amiable avec son directeur de magasin pour « pouvoir toucher le chômage et monter la boîte dans de bonnes conditions ». C'est donc en 1998, qu'il crée sa propre société de services informatiques dédiés à Internet. Il commence par travailler seul dans la chambre d'amis de son appartement à Pau et s'associe rapidement avec un développeur informatique, n'ayant pas les moyens de le rémunérer autrement. Le marché relativement « peu important sur Pau » le conduit rapidement à choisir de migrer vers Bordeaux. Après avoir connu la période euphorique du développement des activités liées à Internet de la fin des années 1990, il connaît rapidement le retour de bâton suite à l'éclatement de la bulle spéculative au tournant des années 2000. L'entreprise ayant compté jusqu'à une quinzaine de salariés, elle n'en avait plus que six au moment de l'entretien en 2006 et sortait tout juste d'un plan de redressement judiciaire.

Les raisons et événements qui conduisent un individu à créer sa propre entreprise sont multiples et ce d'autant plus que le groupe des entrepreneurs ne peut être appréhendé comme une catégorie sociale homogène. En outre, il apparaît nécessaire pour l'analyse de croiser histoire familiale et parcours professionnel comme le rappelle Fabienne Berton à propos de la porosité des sphères de la vie : « Travail et famille sont largement interdépendants. L'analyse d'un parcours professionnel ne peut se limiter à la sphère du travail, les engagements conjugaux, familiaux, résidentiels contribuent de fait à orienter le cheminement. Porosités et interférences entre les différentes sphères de l'existence sont la norme. Pour autant, on ne se trouve pas face à une irréductible singularité, ni à une indétermination généralisée du social. Les interférences entre sphères sont socialement orientées et construites, elles montrent des régularités, des récurrences, des profils. »¹.

L'analyse transversale des parcours biographiques de ces entrepreneurs que je vais présenter dans la conclusion de cette partie permet ainsi d'identifier trois grandes logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre qui renvoient plus généralement aux trois grands registres d'action proposés par François Dubet dans sa sociologie de l'expérience². Pour comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale, l'entrepreneur doit être appréhendé à la fois comme un agent socialisé (socialisation), un acteur stratégique (rationalité instrumentale) et un sujet doué de réflexivité (éthique personnelle). Pour autant, il n'y a pas de possibilité d'arbitrage entre ces différents registres qui ne doivent donc pas être compris comme des catégories visant à faire une typologie des entrepreneurs mais plutôt comme une manière d'aborder dans un même mouvement la pluralité des logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre.

¹ BERTON Fabienne, « La transformation des parcours sociaux et la question de la porosité des sphères de la vie », *Vie sociale*, 2017/2 (n° 18), pp. 127-142.

² DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

L'acte d'entreprendre comme expression d'une combinaison de logiques d'action

Au regard des récits de vie de ces entrepreneurs, trois logiques peuvent être distinguées pour comprendre l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. D'abord le « goût d'entreprendre » peut être transmis par la famille bien que l'image du *self made man* les conduise à résister à cette tendance. Ensuite, dans bien des cas, la création d'entreprise est un choix rationnel, soit parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, soit parce qu'ils en ont peu. Mais il reste que tous ceux qui ont hérité de dispositions entrepreneuriales et tous ceux qui ont intérêt à créer une entreprise ne le font pas nécessairement. On retrouve alors les vieilles questions de Joseph Schumpeter et Max Weber sur les dispositions éthiques de l'entrepreneur. Au-delà d'une socialisation entrepreneuriale et d'un calcul rationnel visant à maximiser ses ressources, qu'est-ce qui fonde l'éthique entrepreneuriale ? Cette dernière notion permet d'envisager la création d'entreprise non plus seulement comme une forme de reproduction sociale et/ou comme un comportement guidé par la seule rationalité économique, mais également comme une forme de construction de soi. En reprenant les logiques d'action du modèle de l'expérience de François Dubet¹, on observe que l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut être perçu comme un moyen d'accéder à un statut social (logique d'intégration), un choix rationnel visant à optimiser ses ressources (logique stratégique) et une manière de réaliser un projet de vie (logique subjective).

La logique d'intégration ou la création d'entreprise comme moyen d'accéder à un statut social

Si la création d'une entreprise est généralement décrite par les entrepreneurs comme « une aventure solitaire », on a vu qu'elle se fonde bien souvent sur leurs appartenances sociales et en particulier sur leur appartenance familiale. En effet, ma recherche montre que l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut d'abord être compris comme une conduite suivant une logique d'intégration qui procède de certains modes de détermination par la socialisation et le contrôle social intériorisé. Sans pour autant considérer que la socialisation peut se réduire à l'institution familiale, la tendance qu'ont les entrepreneurs interrogés à chercher certains des motifs de leur engagement entrepreneurial dans leur histoire familiale m'a

¹ DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

conduit à me concentrer sur cette dimension dans un premier temps. Comme le fait remarquer François Dubet à propos de la logique de l'intégration : « l'acteur se définit par ses appartenances, vise à les maintenir ou à les renforcer au sein d'une société considérée alors comme un système d'intégration (...) L'individu se définit et se "présente" aux autres par son appartenance, par sa position, par ce qu'il vit lui-même comme un "être", souvent comme un héritage »¹. En retraçant l'histoire familiale des entrepreneurs, il s'agissait donc de repérer de potentielles corrélations entre comportements entrepreneuriaux et origines sociales, et d'identifier ce qui relève de l'héritage social dans la construction d'une carrière d'entrepreneur.

Pour ceux dont les parents étaient eux-mêmes entrepreneurs, l'idée de transmission du goût d'entreprendre par la famille est présentée comme une évidence. En choisissant de devenir créateurs d'entreprise, certains reconnaissent donc vouloir s'inscrire dans une tradition familiale entrepreneuriale. Il reste que parmi les créateurs d'entreprise de mon panel, ceux dont les parents étaient eux-mêmes des entrepreneurs sont loin d'être majoritaires. Pour la plupart des créateurs d'entreprise, l'influence de la famille sur leur parcours n'est donc pas à chercher dans la reproduction d'un modèle entrepreneurial parental. Elle serait plutôt liée à la transmission d'une éducation qui valorise pêle-mêle la créativité, la prise d'initiatives, l'indépendance, le sens des responsabilités, le goût du travail ou encore la créativité : vertus qu'ils jugent nécessaires d'avoir pour devenir entrepreneur. Ainsi, au-delà de la seule référence à la famille comme modèle, on observe que la vocation d'entrepreneur « s'enracine » souvent dans l'histoire familiale à travers l'intériorisation d'une culture entrepreneuriale marquée principalement par l'indépendance et la valorisation du travail².

Dans cette perspective, on pourrait faire l'hypothèse inspirée par Pierre Bourdieu que c'est la famille qui transmet le « goût » d'entreprendre. L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise, notamment en termes d'origine sociale, montre pourtant qu'il est difficile de réduire l'engagement entrepreneurial à la seule transmission d'un *habitus de classe* favorable à l'émergence du goût d'entreprendre. Ma recherche montre en effet que l'engagement entrepreneurial renvoie plus largement à une logique d'intégration qui s'exprime essentiellement à travers la volonté d'accéder à un statut d'entrepreneur valorisé socialement, qui permet de s'inscrire dans une histoire familiale, qu'elle soit marquée par une culture entrepreneuriale ou non. L'engagement dans une carrière d'entrepreneur correspond alors à une

¹ DUBET François, 1994, *Op. Cit.*, pp. 111-112.

² PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, 1999, *Op. Cit.*

manière de répondre à des attentes normatives qui peuvent être sensiblement différentes selon le milieu social d'origine.

Pour les entrepreneurs issus de milieux populaires, l'engagement dans une carrière entrepreneuriale correspond à une injonction à la mobilité sociale d'autant plus forte que les enfants auront suivi la même voie professionnelle que leurs parents. Pour les entrepreneurs issus de milieux plus aisés, il s'agira plutôt de maintenir un certain niveau de réussite sociale. En effet, ces derniers se décrivent de manière récurrente comme des « ratés » de la reproduction sociale en se présentant comme le « *vilain petit canard* » ou le « *saltimbanque* » de la famille, parce qu'ils n'ont pas réussi à atteindre le niveau d'excellence scolaire qui était la norme dans leur famille. Dans sa théorie de la reconnaissance, Axel Honneth¹ montre d'ailleurs l'étroite relation entre socialisation et reconnaissance, même s'il fait plutôt référence à la reconnaissance que l'on cherche à obtenir de l'« autrui généralisé », en référence à George-Herbert Mead², et pas uniquement de sa famille. Tout en cherchant à retourner le stigmate³ de la singularité de leur parcours en survalorisant l'étiquette d'autodidacte, ce genre d'entrepreneur finit généralement par admettre que devenir créateur d'entreprise était un moyen d'être « *reconnu* » par son milieu. Dans ce cas, l'engagement dans une carrière d'entrepreneur va être considéré comme un moyen de se « mettre à niveau », la réussite économique et sociale attachée à la figure de l'entrepreneur permettant de compenser en partie l'échec scolaire. En effet, même si en France la considération sociale reste souvent liée au niveau de diplôme⁴, le statut d'entrepreneur apparaît suffisamment valorisé en soi pour être perçu comme un mode alternatif de réussite sociale. On l'a vu, le besoin de reconnaissance apparaît de manière transversale dans les discours des entrepreneurs, qu'il soit en lien avec leur histoire familiale ou plus largement avec leurs trajectoires scolaire et professionnelle lorsqu'il s'agit par exemple de faire reconnaître un niveau de diplôme, des compétences ou de tenter de briser le plafond de verre de la promotion interne.

Finalement, qu'il relève d'une forme d'ascension sociale ou du maintien d'un certain niveau de réussite sociale, l'acte d'entreprendre reste une manière d'accéder à un statut qui permet d'être reconnu par sa communauté quelle qu'elle soit (familiale, professionnelle, etc.).

¹ HONNETH Axel, *La lutte pour la reconnaissance*, Paris, Gallimard, 2013 [1992].

² MEAD Georg-Herbert, *L'esprit, le soi et la société*, Paris, PUF, 2006 [1934].

³ GOFFMAN Erving, *Stigmates. Les usages sociaux du handicap*, Paris, Les Editions de Minuit, 1975 [1963].

⁴ VAN DE VELDE Cécile, « Problèmes politiques et sociaux », *La documentation française*, N°970, mars 2010, 2010.

Les formes de justification renvoyant à cette logique d'intégration restent cependant particulièrement difficiles à saisir dans les récits de vie des entrepreneurs. S'ils évoquent assez facilement et assez spontanément leur origine sociale et leur trajectoire professionnelle et ne cachent pas nécessairement les appuis qu'ils en ont tiré, ils finissent toujours, d'une manière ou d'une autre, par remettre en cause l'influence de leur milieu social et de tout élément extérieur sur leur parcours. On peut faire l'hypothèse qu'ils cherchent par-là, consciemment ou non, à satisfaire au mythe du *self made man* dont la réussite ne doit rien à personne. Mais, si cette référence implicite conduit les entrepreneurs à minimiser les soutiens dont ils ont bénéficié, une étude plus approfondie des témoignages fait apparaître qu'ils se privent rarement des ressources qu'ils peuvent tirer de leurs appartenances sociales. On peut dès lors aussi interpréter l'engagement dans une carrière d'entrepreneur comme une logique stratégique visant à maximiser ses ressources.

La logique stratégique ou la création d'entreprise comme un choix rationnel

Pour beaucoup, devenir créateur d'entreprise n'était « pas un choix prémédité ». Au-delà de la reconnaissance de certaines dispositions familiales propices à l'engagement dans une carrière d'entrepreneur, la création d'entreprise est souvent présentée comme une simple histoire d'opportunité ce qui conduit parfois à des justifications laconiques : « *j'ai eu une opportunité, je l'ai saisie* », comme ils disent typiquement. Mais, tous les individus qui sont confrontés à l'opportunité de créer une entreprise, qu'ils soient poussés (*push*) ou tirés (*pull*) à entreprendre¹, n'en deviennent pas tous des créateurs d'entreprise pour autant. Le fait que certains se saisissent de ces événements pour les transformer en opportunités entrepreneuriales va alors dépendre de leur capacité à mobiliser les ressources issues de leurs réseaux d'appartenance pour mener à bien leur projet de création d'une entreprise. En s'appuyant sur les travaux de la sociologie économique contemporaine et plus particulièrement sur la notion d'« encastrement »², mon analyse s'oppose à la perception d'un entrepreneur « atomisé » qui reste alimentée par une partie de la pensée économique. Cette posture conduit à envisager l'activité entrepreneuriale comme socialement située, l'action des entrepreneurs devant être considérée comme encastrée dans des réseaux de relations qui s'appuient autant sur la sphère familiale que sur la sphère professionnelle.

¹ SHAPERO Albert, SOKOL Lisa, 1982, *Op. Cit.*

² GRANOVETTER Mark, 1985, *Op. Cit.*

Lorsqu'on demande aux entrepreneurs interrogés de développer leur analyse pour sortir du simple registre de l'opportunité, ils évoquent en premier lieu les relations issues de leur réseau professionnel parmi celles qui ont pu favoriser leur engagement dans la création de leur propre entreprise. Selon les enquêtes SINE de l'INSEE, plus de la moitié des créations d'entreprise se font dans le même secteur d'activité que celui où travaillaient les créateurs précédemment. En plus de leur garantir des compétences et une bonne connaissance du secteur d'activité, cette expérience du métier leur permet de s'appuyer sur les relations professionnelles qu'ils ont construites à cette occasion. Malgré l'existence d'éventuelles clauses de non-concurrence dans leurs anciens contrats, les entrepreneurs se privent rarement de puiser dans leur carnet d'adresses pour soutenir leur projet. L'opportunité de créer l'entreprise peut alors provenir d'un fournisseur, d'un client, d'un collègue ou même parfois d'un ancien employeur. Le cas des artisans et ouvriers du bâtiment qui s'installent à leur compte en est une bonne illustration. La logique du métier propre à ce secteur peut conduire certains patrons à voir d'un bon œil l'installation à leur compte de leurs employés. L'ancien employeur concède alors quelques contrats pour aider son ancien salarié à se lancer en contrepartie d'un accord de sous-traitance par exemple, comme l'explique Maël :

« Mon ancien patron, c'est quelqu'un d'intelligent avec qui j'entretiens de très bons rapports. Il se doutait que j'allais partir et m'a donné du travail par la suite. [...] J'ai donc commencé par faire de la sous-traitance pour lui et ça s'est très bien passé parce que chacun y trouvait son intérêt... Et moi ça m'a permis d'avoir un fonds de roulement pour démarrer. »
(Maël, 37 ans, Revêtements de sol, 2001)

Plus généralement, on constate que les entrepreneurs se débrouillent souvent pour mobiliser d'anciennes relations professionnelles, pour avoir « *quelques contrats sous le coude* » afin de démarrer plus sereinement leur activité et autofinancer en partie leur projet entrepreneurial. Mon enquête montre en effet que, contrairement à une idée reçue, la plupart des créateurs d'entreprise ont un goût très modéré pour le risque, notamment lorsqu'il s'agit d'engagements financiers.

L'importance du réseau professionnel n'est plus à démontrer dans l'exercice d'une activité économique. Mais on oublie trop souvent de prendre en compte l'importance des solidarités familiales qui sont pourtant à l'origine de la concrétisation de nombreux projets de création d'entreprise¹. Parmi les ressources que les entrepreneurs tirent de leurs réseaux de

¹ PECQUEUR Bernard, *Le développement local*, Paris, Syros, 2000 [1989] ; CASSON Mark, 1991 [1982], *Op. Cit.* ; BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, 1999, *Op. Cit.*

relations, on retrouve donc aussi celles issues de leur entourage proche (famille, amis, conjoint), même s'ils les évoquent moins spontanément. D'une manière générale, la famille et les proches sont d'abord valorisés pour le « *soutien moral* » qu'ils peuvent apporter à l'entrepreneur, en particulier dans la période souvent délicate du démarrage de l'activité. C'est notamment pour cette raison que certains ont explicitement choisi de revenir dans leur région natale pour créer leur entreprise, au risque de se priver des liens professionnels locaux qu'ils avaient pu nouer lors de leur précédente expérience professionnelle dans une autre région. C'est en particulier le cas de ceux pour qui l'engagement dans la création d'entreprise correspond à une forme de reconversion professionnelle¹. N'ayant plus la possibilité de s'appuyer sur le réseau professionnel, ils vont logiquement privilégier le recours à des relations plus personnelles pour les aider à monter leur projet.

Le rôle de la famille est pourtant loin de se limiter à cette seule fonction de sécurité affective. Elle joue un rôle essentiel dans la réussite entrepreneuriale en mettant à disposition des réseaux de relations qui permettent d'accéder aux informations nécessaires pour trouver des financements et des marchés. On l'a vu, certains membres de la famille (le plus souvent le père) sont à l'origine même de l'opportunité de la création de l'entreprise soit en tant qu'initiateur du projet de création, soit en participant à sa viabilité commerciale ou encore en tant qu'accompagnateur. Parmi les exemples décrits précédemment on peut reprendre celui du père, haut fonctionnaire dans la santé, qui est directement à l'origine du projet de son fils de créer une société d'édition spécialisée dans le droit de la santé ; celui du père, assureur, qui a permis le démarrage de l'entreprise de peinture de son fils en lui renvoyant une partie de ses clients victimes d'un dégât des eaux ; ou enfin celui du père, chef de chantier dans le bâtiment, qui, à quelques années de la retraite, décide de créer sa propre entreprise en s'associant à son fils afin de l'aider à se lancer. Dans plusieurs cas, j'ai également pu observer que c'était l'entreprise du père qui hébergeait celle du fils, lui permettant de bénéficier d'un local et d'infrastructures à moindre coût lors des premiers mois d'existence de sa société. J'ai pu également noter que les entrepreneurs ont peu recours aux organismes professionnels d'accompagnement à la création d'entreprise, préférant gérer les choses eux-mêmes ou faire appel à leurs proches pour obtenir des conseils au démarrage. Il n'est pas rare non plus qu'un membre de la famille ou un ami proche remplisse, de manière officielle ou officieuse, différentes fonctions dans l'entreprise (conseiller juridique, administratif, commercial, comptable, etc.).

¹ AROCENA José et *al.*, 1983, *Op.cit.*

L'entourage proche peut également être mobilisé dans la recherche de financements, mais rarement de manière directe. Soucieux d'accéder à une forme d'autonomie, les entrepreneurs privilégient, autant que possible, l'autofinancement, quitte à démarrer avec des moyens relativement modestes. Ils déclarent ainsi autant vouloir assumer seuls le risque inhérent à toute création d'entreprise qu'éviter les possibles velléités d'ingérence liées à la participation financière d'un tiers. Lorsqu'ils ont besoin d'un complément de financement, ils vont alors plutôt se tourner vers les aides institutionnelles en essayant d'obtenir des subventions ou des prêts d'honneur. Leurs proches ne sont alors éventuellement mobilisés qu'en tant qu'intermédiaires facilitant, par exemple, l'accès aux emprunts bancaires (un membre de la famille ou le père d'un ami travaillant dans le milieu bancaire par exemple). L'intégration dans des « clubs d'entreprises » s'appuie également sur leurs relations personnelles afin d'être par exemple coopté dans un mouvement patronal (CJD, MEDEF...) ou un réseau d'accompagnement (type « Aquitaine entreprendre ») qui leur permet d'accéder à des aides et d'étendre leurs contacts dans le milieu local des affaires.

En axant cette fois l'analyse sur le lieu d'implantation de l'entreprise, on observe que le projet entrepreneurial témoigne souvent d'une forme d'ancrage local qui traduit leur volonté de rester ou de revenir dans leur région natale. En effet, la plupart des créateurs d'entreprise de mon panel sont natifs du Sud-Ouest et bien souvent de l'agglomération même où ils ont choisi d'implanter leur entreprise. Cet 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 la diversité de ressources nécessaires à la création d'une entreprise (informations, opportunités, financements, conseils, etc.). Ce que Benoît Raveleau appelle la « logique locale »¹. Les études sur la spatialisation des réseaux de relation montrent par ailleurs qu'ils sont essentiellement locaux, s'appuyant généralement sur l'échelle de l'agglomération². Dès lors, la décision des entrepreneurs de rester ou de revenir dans leur région natale au moment de créer leur propre entreprise apparaît d'abord comme une forme de « bon sens ». En choisissant d'entreprendre là où leurs réseaux de relations (professionnels, familiaux, amicaux) sont les plus denses, les créateurs d'entreprise optimisent les ressources qu'ils peuvent en retirer pour mener à bien leur projet entrepreneurial. Plus largement, on peut penser que la mobilisation de ce « capital

¹ RAVELEAU Benoît, 2002, *Op. cit.*

² GROSSETTI Michel, BES Marie-Pierre, « La dynamique des cercles et des réseaux. Encastrement et découplages », *Revue d'économie industrielle*, 103, 2003, pp. 43-58.

d'autochtonie » permet non seulement d'ancrer mais aussi de légitimer localement leur projet entrepreneurial. Interrogeant l'idée d'un « espace en héritage », Caroline Mazaud mobilise ce concept de capital d'autochtonie pour montrer le poids de l'appartenance à la communauté locale dans la transmission des entreprises artisanales en milieu rural, faisant de la localité un véritable « système d'action »¹.

On peut ainsi considérer que, dans le cas de la création d'entreprise, l'encastrement territorial se confond avec un encastrement relationnel, ou plus précisément, que la dynamique d'encastrement territorial est souvent indexée sur des relations sociales. L'encastrement relationnel ne repose pas pour autant sur de simples relations issues de leur passé. Il consiste en un travail de production, de réactivation ou d'entretien des relations au cours duquel l'acteur sélectionne dans ses différentes relations les ressources nécessaires à la création d'une entreprise. La notion d'encastrement peut donc être perçue à la fois comme un processus dynamique d'ancrage géographique et une façon de mobiliser et de construire des ressources relationnelles. Parce que l'action de créer une entreprise nécessite d'avoir accès à un grand nombre de ressources, la possibilité de s'appuyer et de travailler à la production d'un « capital social local »² semble déterminante, notamment lors de la phase de démarrage de l'activité. En effet, les entrepreneurs ont généralement tendance à s'appuyer sur leurs « liens forts » (famille, amis, conjoint) au moment de démarrer leur entreprise et plutôt sur leurs « liens faibles » (professionnels, « réseau business ») lorsqu'il s'agit de la développer³.

La création d'entreprise étant souvent associée au risque et à l'incertitude, on peut penser que les entrepreneurs préfèrent d'abord s'appuyer sur les relations qui représentent le plus à leurs yeux des rapports de confiance et de solidarité. Comme le décrit Mark Granovetter dans le contexte néanmoins particulier de l'entrepreneuriat ethnique, l'ambivalence entre la tentation de s'appuyer sur les ressources issues de son milieu social et la volonté de s'en émanciper pour être autonome est symptomatique de la difficulté de l'entrepreneur à trouver le bon niveau d'encastrement et de découplage pour mener à bien son entreprise⁴. S'il est toujours préférable de pouvoir s'appuyer sur les ressources issues de ses relations sociales pour démarrer

¹ MAZAUD Caroline, « Le rôle du capital d'autochtonie dans la transmission d'entreprises artisanales en milieu rural, *Regards sociologiques*, n° 40, 2010, pp. 45-57.

² PLOCINICZAK Sébastien, « La construction sociale du marché des très petites entreprises. Des réseaux sociaux au capital social local des entrepreneurs. L'exemple de l'arrondissement Lensois », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2003/3 (juillet), p. 441-476

³ GRANOVETTER Mark, 2000, *Op. Cit.*

⁴ *Ibid.*

son activité, elles peuvent devenir un problème, à terme, pour son développement. En effet, elles ne doivent pas devenir des obligations trop lourdes pour l'entreprise (ingérence dans la gestion de l'entreprise de ceux qui ont financé son lancement, obligation d'embaucher une personne de sa famille en difficulté, effectuer des « ristournes » à tous ces proches...). Ce n'est qu'une fois l'entreprise bien implantée que les fondateurs opèrent des stratégies de « découplage » en intégrant des éléments extérieurs à leurs réseaux de proches, afin d'étendre leur activité et de gérer leurs affaires de manière « *plus professionnel* ». L'ami qui s'occupe de la comptabilité devient alors un comptable professionnel ; l'artisan qui ne travaillait que comme sous-traitant de son ancien patron s'en émancipe en créant son propre réseau de clientèle ; les sociétés de capital-risque prennent le relais du financement du démarrage de l'entreprise par les proches (« *love money* ») ; etc. Étudier la manière dont les créateurs d'entreprise mobilisent leurs relations sociales permet ainsi de « temporaliser » les concepts de couplage et de découplage de la théorie de Mark Granovetter¹ en montrant qu'ils correspondent généralement à des moments particuliers de la création d'une entreprise : le couplage pour le démarrage, le découplage pour le développement de l'activité.

L'accès aux ressources reste cependant inégalement réparti selon l'origine sociale. Lors de la mise en place de leur projet, les entrepreneurs issus de milieux modestes mobilisent principalement leur réseau professionnel tandis que ceux qui sont issus de milieux plus aisés privilégient leur réseau personnel et/ou familial. En outre, il faut bien admettre que, dans certains cas, cette logique stratégique de maximisation des ressources s'apparente plus à une « logique de survie » face aux incertitudes économiques et aux phénomènes de discrimination à l'embauche sur le marché du travail, comme l'illustre les cas des entrepreneurs « push ». Les données de l'INSEE montrent ainsi que les deux tiers des entrepreneurs perçoivent l'engagement dans la création d'entreprise comme un moyen d'assurer leur propre emploi.

Dans bien des cas, le choix de s'engager dans une carrière d'entrepreneur est un choix rationnel soit parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, soit parce qu'ils en ont guère. Selon François Dubet, « dans la *logique de la stratégie*, l'acteur essaie de réaliser la conception qu'il se fait de ses intérêts dans une société conçue alors « comme » un marché. »². Autrement dit, et pour parler comme Raymond Boudon, les entrepreneurs interrogés déclarent s'être lancés dans une carrière d'entrepreneur car, dans leur situation, ils avaient de « bonnes raisons » de le

¹ GRANOVETTER Mark, 2003, *Op. Cit.*

² DUBET François, 1994, *Op. Cit.*, p. 111.

faire¹. Mais, qu'il soit relatif à une décision « choisie » ou « contrainte », l'acte d'entreprendre reste toujours lié à des motivations orientées vers la volonté de maîtriser son parcours et de « prendre son avenir en main ». Or, avec la construction d'un parcours dont la réussite ne doit rien à personne, ce désir de maîtriser son destin est, à mon sens, le fondement de l'éthique entrepreneuriale qui anime l'ensemble des créateurs d'entreprise. L'engagement dans une carrière d'entrepreneur apparaît alors enfin comme une logique subjective de construction de soi.

La logique subjective ou la création d'entreprise comme manière de réaliser un projet de vie

Dans le discours de ces entrepreneurs, l'accès à l'indépendance apparaît comme le principal motif d'action et de justification de leur engagement dans une carrière entrepreneuriale. On observe que le désir d'autonomie qui lui est lié s'appuie d'une part sur une volonté de mettre à distance leur héritage familial et d'autre part sur une volonté de s'émanciper des contraintes du capitalisme moderne particulièrement prégnante chez les plus jeunes entrepreneurs de mon panel. Comme le rappelle François Dubet « dans le registre de la subjectivation, l'acteur se présente comme sujet critique confronté à une société définie comme un système de production et de domination »². Selon Richard Sennett, les caractéristiques du néocapitalisme comme la précarité des statuts, l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique, ou encore le spectre du chômage interdiraient aujourd'hui de construire des projets de vie³. L'acte d'entreprendre apparaît ainsi comme un véritable engagement éthique pour une nouvelle génération d'entrepreneurs qui cherche notamment à redéfinir la place qu'occupe le travail dans leur vie. La comparaison entre les discours des plus anciens et des plus jeunes entrepreneurs de mon panel apparaît de ce point de vue éclairante et autorise à faire l'hypothèse de l'émergence d'une nouvelle éthique entrepreneuriale générationnelle.

Les créateurs d'entreprise les plus jeunes que j'ai interrogés décrivent leur engagement dans une carrière d'entrepreneur comme « un projet de vie global » qui dépasse largement le cadre de la sphère professionnelle. En effet, il semble qu'ils ne soient plus prêts comme leurs aînés à « sacrifier » leur vie au travail. Ils cherchent plutôt à concilier au mieux vie sociale, vie

¹ BOUDON Raymond, *Raison. Bonnes raisons*, Paris, PUF, 2003.

² DUBET François, 1994, *Op. Cit.*, p. 111.

³ SENNETT Richard, *Le travail sans qualités : les conséquences humaines de la flexibilité*, Paris, Albin Michel, 2002.

de famille et vie professionnelle, illustrant une « conception polycentrique de l'existence » qui serait caractéristique des jeunes générations selon Dominique Méda et Patricia Vendramin¹. La manière dont ils décrivent leur rapport au travail et leur relation au temps contraste en effet avec l'image d'un entrepreneur forçat de travail véhiculée par les plus âgés. C'est peut-être là l'une des distinctions les plus nettes entre les différentes générations d'entrepreneurs rencontrées. La représentation du chef d'entreprise qui ne vit que pour son travail, « *fait des horaires à rallonge* » et ne prend pas de vacances correspond à une conception plutôt ancienne de la fonction de patron qui reste principalement véhiculée par les entrepreneurs les plus âgés de mon panel. Ils évoquent ainsi le peu de temps qu'ils ont à consacrer à leur vie de famille comme un « *sacrifice nécessaire* » à l'exercice de leur fonction de dirigeant d'entreprise. Ces derniers s'identifient d'ailleurs plus volontiers à la figure du dirigeant ou du patron qu'à celle du créateur ou de l'entrepreneur. On retrouve chez les plus anciens cette idée que devenir chef d'entreprise est avant tout une manière d'accéder au « monde des patrons » :

« Les chefs d'entreprise de ma génération pensent très peu à leur famille et à leur patrimoine par rapport à la place que prend leur entreprise. La plupart d'entre eux sont dans un profil 100 % boulot (...) Une de mes motivations à devenir chef d'entreprise, c'était de faire partie de ce monde-là tout simplement : faire partie d'un syndicat de dirigeants, avoir ma carte chez Métro, etc. »

(Francis, 55 ans, Services aux entreprises, 1989)

On ne retrouve pas ce type de motivation chez les plus jeunes. Comme tant d'autres, un jeune entrepreneur, ex-cadre dans la grande distribution, explique au contraire que l'un des intérêts d'être aujourd'hui son propre patron, c'est justement de pouvoir s'assurer que son travail n'empiétera plus outre mesure sur sa vie extra-professionnelle :

« Si je passe dix ou onze heures par jour au travail, je vais passer combien de temps avec ma famille ? Je trouve ça complètement aberrant d'accepter de se faire chier dix heures par jour et de ne se garder que quelques heures à la fin de la journée pour faire quelque chose d'intéressant. On n'a qu'une seule existence ! Bon, ça m'arrive encore de rentrer à 20 h le soir, mais finalement assez peu souvent. Je ne suis pas une brute de travail non plus, je préserve quasiment tout le temps mes week-ends. Je prends mes cinq semaines de congés par an... La grande différence, c'est qu'aujourd'hui j'ai une marge de manœuvre sur mes horaires. Parce qu'on a une vie aussi à côté ! Maintenant on a trois enfants, on a plein de choses à faire avec eux, les voir, etc. Enfin voilà, j'aime beaucoup cet équilibre-là, quoi. »

(Benjamin, 35 ans, Internet, 1998)

La référence récurrente à la vie de famille et l'importance qu'ils y accordent tranche

¹ MÉDA Dominique et VENDRAMIN Patricia, « Les générations entretiennent-elles un rapport différent au travail ? », *SociologieS* [Online], Théorie et recherche, 2010.

avec l'image véhiculée par les générations précédentes :

« Le côté du patron qui bosse cinquante heures par jour, très occupé, c'est l'image qu'ils veulent se donner ! Moi, ma marge d'autonomie en créant ma boîte, c'est pouvoir commencer à 9 h 15 ou 9 h 30 le matin parce que j'amène mon fils à l'école ou que je prends une heure pour faire un tour au bord de la mer. Je peux aussi m'arrêter à 17 h 30 ou venir bosser le soir, personne ne va m'emmerder. »

(Mathieu, 34 ans, Domotique, 2002)

La décision de créer une entreprise n'engage évidemment pas uniquement le seul créateur d'entreprise. De fait, une écrasante majorité des personnes rencontrées vivait déjà en couple avec des enfants au moment où ils ont créé leur entreprise. Alors que les plus anciens évoquent très rarement le rôle de leur conjoint, les plus jeunes valorisent au contraire le fait d'avoir construit leur projet entrepreneurial en couple :

« Donc, en 1998, on a monté l'entreprise. Je dis « on » parce que c'est vraiment une histoire de couple quand même. Je pense que ça ne peut pas marcher si le conjoint n'est pas d'accord. Donc, on a eu notre premier enfant, on a monté la boîte, on a acheté la maison : enfin, on a tout fait en 1998 ! (Rires). Pour moi, c'est vraiment une affaire de couple parce que pour moi, c'est une affaire de projet de vie global. »

(Julien, 35 ans, Internet, 1998)

Néanmoins, le conjoint n'a pas forcément de fonction explicite au sein de l'entreprise. Les créateurs de la jeune génération semblent plutôt vouloir éviter le télescopage entre vie privée et vie professionnelle. En effet, dans l'esprit des plus jeunes, vouloir harmoniser les sphères professionnelle et familiale ne veut pas pour autant dire les faire fusionner. Aujourd'hui, les dynamiques familiales et les nouvelles formes de vie conjugale apparaissent comme des éléments prépondérants dans la socialisation secondaire des jeunes actifs autant chez les hommes que chez les femmes¹. Ce qu'il y a de nouveau dans la manière dont les plus jeunes conçoivent leur carrière d'entrepreneur, c'est la revendication à pouvoir construire leur projet professionnel en prenant en considération des impératifs conjugaux et familiaux visant à articuler au mieux sphère professionnelle et sphère privée². Et même si les plus jeunes ne semblent voir dans le travail qu'un moyen parmi d'autres de s'épanouir, ils partagent tous l'idée qu'il reste un espace privilégié de réalisation de soi³. Ces entrepreneurs affirment ainsi avec force la nécessité de prendre du plaisir et de se réaliser dans leur travail :

¹ MÉDA Dominique et VENDRAMIN Patricia, 2010, *Op. Cit.*

² BERTON Fabienne, 2017, *Op. Cit.*

³ McCLELLAND David C., 1961, *Op. Cit.*

« Moi, je n'ai pas la même conception du travail que mes parents. En fait, bosser, c'est comme dormir, c'est ce qui te prend le plus de temps dans ta vie. Si ça peut être 100 % plaisir, le boulot c'est ça qu'il faut. En fait c'est plus vers ça que je tends. Ça m'emmerde de faire une différence entre le boulot le loisir, le machin, etc. D'attendre le week-end, ça me gonfle. Pour moi, aller bosser, ça doit être super ! »
(Julien, 32 ans, Café, 2002)

En créant leur propre entreprise, ils cherchent également à s'émanciper des contraintes du statut de salarié et plus largement du mode de fonctionnement du marché du travail et de l'entreprise. Parmi celles qu'ils cherchent à fuir, on retrouve l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique faite en particulier aux jeunes. Alors qu'on demande aux salariés d'être toujours plus mobiles, ces entrepreneurs perçoivent l'implantation locale - via la création de leur propre entreprise - comme un moyen d'échapper à cette mobilité « forcée ». Le profil de carrière des jeunes diplômés implique souvent un passage quasi obligé en région parisienne. On retrouve alors à l'origine de l'engagement dans la création de sa propre entreprise la volonté de sortir de ce schéma de carrière tout tracé, comme l'explique ce jeune entrepreneur diplômé d'une école de commerce :

« En sortant de mon école de commerce, la mobilité, c'était un problème pour moi. Moi, je n'avais pas envie de bouger de Bordeaux. Et pour nous [diplômés d'une école de commerce], trouver du boulot, ça voulait dire s'engager à monter sur Paris. Ce qui était hors de question pour moi. Hors de question pour moi de m'éloigner de la mer. Donc, là aussi, la géographie a fait cette demande d'autonomie dans le choix du lieu d'implantation. Quand vous rentrez dans un groupe aujourd'hui, vous avez vingt-cinq ans, vous êtes cadre plutôt commercial dans une grande entreprise, on vous demande de la mobilité. Il faut être prêt à l'assumer. La plupart de mes camarades ont fini à Paris. Ça, c'est hors de question ! La liberté que j'ai eue par rapport à ça en créant ma propre entreprise, c'est une de mes motivations : ne pas être obligé de faire des choses que je n'ai pas envie de faire. Ça résume tout, ça ! »
(Loïc, 35 ans, Agence web, 1997)

La création d'entreprise devient alors un moyen de garder la capacité à choisir l'endroit où ils travaillent - et par conséquent l'endroit où ils vivent - non seulement pour eux mais aussi pour leur famille. Au-delà d'une logique rationnelle visant à maximiser des ressources fondées localement, les entretiens montrent que le choix de la localisation de l'entreprise repose également sur un registre plus personnel d'attachement au territoire qui dépasse le cadre des stratégies purement économiques d'implantation géographique. La volonté de rester ou de revenir dans le Sud-ouest trouve sa justification dans le fait que c'est le lieu où ils ont leurs racines, mais également parce que c'est une région qu'ils valorisent en termes de cadre de vie. En complément de l'idée d'encastrement territorial et relationnel évoquée précédemment dans le registre de la logique stratégique, on observe que l'ancrage territorial relève aussi d'une

forme d'attachement symbolique au territoire. Cet attachement apparaît quant à lui comme un élément transgénérationnel. On peut ainsi pour l'illustrer prendre cet autre exemple d'un entrepreneur qui, suite au plan de restructuration de l'entreprise où il travaillait depuis plus de vingt ans, a décidé de créer sur place sa propre entreprise d'ingénierie immobilière alors qu'il n'était qu'à quelques années de la retraite :

« Bon, c'est vrai que j'ai des attaches ici. Je suis aussi très attaché à la qualité de la vie et à l'environnement dans lequel je suis. Moi j'ai surtout voulu pouvoir vivre entre le petit village où je suis né et Agen où j'ai trouvé ma femme. J'ai toujours été attaché à ces terres, à mes racines. Je suis indéracinable quoi ! (...) C'est vrai que quand on fait un rapide tour d'horizon des choses qui sont importantes pour moi : le climat, le côté gastronomique, la situation géographique. Où aller pour retrouver tout ça ? Il n'y a pas grand-chose d'autre qui me tente... »

(Edouard, 59 ans, Ingénierie immobilière, 2000)

Poussé à l'extrême, cet attachement au territoire peut amener certains entrepreneurs à percevoir l'acte d'entreprendre comme un acte symbolique « identitaire ». Ceci est particulièrement frappant chez les entrepreneurs originaires du pays basque de mon panel :

« Moi, si j'ai monté cette affaire c'était aussi pour être sûr de rester au pays. Je me sens très proche du pays basque et l'idée à la fois d'y travailler et un peu d'enrichir le pays... Mais après c'est aussi une question d'opportunité. »

(Patxi, 45 ans, Commerce, 1998)

Et même dans le cas de cet autre entrepreneur d'origine basque qui a été forcé de s'installer sur Bordeaux pour rester proche du milieu universitaire spécialisé dans son domaine d'activité, le développement de son entreprise s'est fait en priorité sur le territoire du pays basque :

« Moi, secrètement, j'ai l'espoir de revenir chez moi, de travailler dans le pays basque. Mais après, ce n'est pas si simple. Nous, on est dans la chimie, dans les matériaux, c'est vrai qu'on a des clients dans le pays basque, mais il n'y a pas les ressources, le savoir-faire qu'il y a à Bordeaux. Il n'empêche que la première antenne que j'ai montée c'est à Bidart et je suis en train d'en monter une avec le pays basque espagnol. »

(Juan, 46 ans, R&D Industrielle, 2001)

Alors que sa société fonctionne aujourd'hui, à son initiative, sous forme de coopérative, il déclare également s'être inspiré du fonctionnement de nombreuses entreprises du pays basque espagnol selon ce modèle. On peut alors essayer de comprendre la situation des entrepreneurs basques à la lumière des théories sur l'entrepreneuriat ethnique pour lesquelles le désir

d'entreprendre se fonde autant sur l'accès aux ressources du groupe que sur la volonté d'en faire bénéficier la communauté¹.

Pour quasiment tous les entrepreneurs interrogés, devenir son propre patron, c'est aussi le sentiment d'avoir la liberté de choisir son activité et de gérer son temps. À travers cette idée de maîtriser son travail, c'est bien celle de contrôler son temps que l'on perçoit en filigrane. Cette volonté de contrôler les choses fait écho à ce qu'ils estiment être un puissant « *besoin de liberté* ». Par exemple, tous disent que si un jour ils n'ont pas envie d'aller travailler, ils peuvent le faire. Mais lorsqu'on leur demande s'ils l'ont déjà fait, tous répondent que non ! En effet, ils admettent par la suite que s'installer à son compte ne veut pas pour autant dire être exempt de toutes contraintes. On se retrouve ici face au même paradoxe de l'autonomie toute « relative » ou pour le moins « limitée » dont bénéficient en réalité les salariés, comme par exemple les cadres invités à devenir entrepreneur de leur propre carrière par une « ruse du management », comme le décrit Olivier Cousin². Leur quotidien de dirigeants d'entreprise les amène même parfois à qualifier les obligations liées aux clients et à la gestion du personnel comme potentiellement plus contraignantes que les obligations liées au statut de salarié. C'est aussi ce qui justifie le souhait pour nombre d'entre eux de « *ne pas trop développer leur entreprise* » à terme. Ainsi, les nouvelles responsabilités associées à leur statut de chef d'entreprise les empêchent concrètement de maîtriser totalement leur temps. Ils finissent alors par expliquer que ce qui compte, c'est de savoir qu'ils restent libres de le faire, ce qui n'est qu'une manière de dire qu'une contrainte « choisie » est toujours plus facile à accepter que lorsqu'elle est inféodée aux décisions des autres. Ce passage du rôle d'entrepreneur à celui de gestionnaire reste cependant souvent difficile à surmonter et les conduit à porter un regard nostalgique sur la phase de démarrage de leur aventure entrepreneuriale. Ils présentent ainsi l'histoire du désenchantement et de la routinisation de la création d'entreprise : « *ça démarre dans l'effervescence de la création, puis ça devient une affaire de gestionnaire...* ». Face à ce constat, certains entreront dans un véritable processus de « création compulsive »³ n'ayant de cesse de monter de nouveaux projets entrepreneuriaux.

La mise à distance de l'héritage social et la volonté de contrôler sa carrière

¹ BONACICH Edna, 1973, *Op. Cit.*; LIGHT Ivan, 1984, *Op. Cit.*

² COUSIN Olivier, « Quelle place pour le travail ? », *L'Homme & la Société*, 2006/4 (N° 162), pp. 59-77. Voir aussi COUSIN Olivier, *Les cadres : grandeur et incertitudes*, Paris, L'Harmattan, 2004.

³ SCHUMPETER Joseph A., 1935 [1911], *Op. Cit.*

professionnelle en s'affranchissant d'une partie des contraintes du marché du travail et du statut de salarié reposent essentiellement sur une volonté commune à tous d'être « les auteurs de leur propre vie ». Cette idée se situe donc au cœur de l'éthique entrepreneuriale qui les anime, rappelant le concept de *locus of control* défini par Julian Rotter¹. On observe en effet que les entrepreneurs se retrouvent, quel que soit leur profil, dans cette idée d'entreprendre pour « maîtriser leur destin », illustrant le caractère « interne » de leur *locus of control*. On peut en trouver une illustration dans la récurrence de la référence à la figure du *self made man* dans leur discours, même si on a vu que la concrétisation de leur projet entrepreneurial doit beaucoup aux appuis sociaux dont ils bénéficient. On peut aussi penser que cette tendance à se décrire comme les auteurs de leur propre vie n'est pas qu'une simple rationalisation *a posteriori* de leur trajectoire biographique, mais aussi une condition fondamentale de reconnaissance de leur légitimité à se construire et se concevoir comme des acteurs libres et autonomes.

Dans cette perspective, l'acte d'entreprendre peut finalement être perçu comme une logique de construction de soi ou de subjectivation en tant que moyen de réaliser un projet personnel qui donnera du sens à son travail et à son existence. Ce type de justification renvoie dans une certaine mesure à ce que Luc Boltanski et Eve Chiapello nomment la « critique artiste » du capitalisme, marquée par les revendications de libération et d'authenticité, attachée à la « cité par projets » incarnant selon eux le « nouvel esprit du capitalisme »². Passant de la « critique sociale » à la « critique artiste » du capitalisme, portée notamment en France par les mouvements sociaux de mai 1968, les revendications se tournent en effet vers l'autonomie, l'authenticité, la réalisation de soi et plus généralement la quête de sens au sein et en dehors du travail. Bien que l'entrepreneur ne soit pas un « grand » de la « cité par projets », dont la figure majeure est le *manager*, les modèles de justification inhérents à cette cité restent donc très éclairants pour comprendre les principes et valeurs de référence mobilisés par les entrepreneurs pour justifier leur entrée dans une carrière entrepreneuriale. Dans les modèles de justification décrits initialement par Luc Boltanski et Laurent Thévenot³, la figure de l'entrepreneur (parmi ceux qu'ils appellent les « grands ») est pourtant plutôt associée à la « cité marchande ». On aurait aussi pu trouver des éclairages dans les principes et valeurs de référence attachés à la

¹ ROTTER Julian B., 1966, *Op. Cit.*

² BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, 1999. *Op. Cit.* Cette « septième » cité est, à l'occasion de la sortie de leur livre, ajoutée aux six présentées dans un précédent travail : BOLTANSKI Luc, THEVENOT Laurent, 1991, *Op. Cit.*

³ BOLTANSKI Luc, THEVENOT Laurent, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

« cité inspirée » en ce qu'elle valorise l'inventivité et la créativité. Une autre manière de dire qu'en termes de modèles de justification, comme de logiques d'action, c'est la pluralité qui prévaut. Et si le capitalisme finit toujours par se nourrir de ses critiques et se les réapproprier pour perdurer, je montrerai dans la partie suivante comment la « critique artiste » du capitalisme s'est particulièrement développée, non sans ambiguïté, dans le monde de l'économie créative et notamment dans le champ de l'architecture.

En effet, j'ai choisi récemment d'appliquer mon modèle de compréhension de l'éthique entrepreneuriale au champ de l'architecture *via* une analyse secondaire des données d'une grande enquête sur les architectes diplômés d'Etat (ADE) inscrits à l'Habilitation à la maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP) en 2018. Comme je le montrerai dans la troisième et dernière partie de cette thèse, cette mise à l'épreuve de mon approche théorique et méthodologique de l'acte d'entreprendre a permis non seulement de mettre en lumière les homologues dans les logiques de l'engagement entre créateurs d'entreprise et architectes en devenir, mais aussi d'enrichir l'analyse en révélant en creux les stratégies générationnelles de positionnement dans le champ architectural.

PARTIE 3

LA CONSTRUCTION D'UNE NOUVELLE ÉTHIQUE ENTREPRENEURIALE CHEZ LES ARCHITECTES

Dans quelle mesure l'injonction à devenir entrepreneur de soi-même s'est-elle diffusée dans le monde de l'architecture ? Quel rapport le milieu de l'architecture entretient-il avec la figure de l'entrepreneur ? En quoi le « moment réflexif » du passage de l'habilitation à la maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP) marque-t-il l'entrée dans la carrière d'architecte ? Comment cette formation qui invite les futurs architectes à se projeter vers l'avenir en mettant en récit leur projet professionnel personnel les place-t-elle dans une posture entrepreneuriale ? Quelles représentations de la profession et de la pratique du métier se fait cette future génération d'architectes et en quoi se distinguent-elles de celles de leurs aînés ? Est-il possible d'observer chez eux la construction d'une nouvelle éthique entrepreneuriale ? Quelles sont les logiques d'action qu'ils mobilisent pour justifier leur engagement dans une carrière d'architecte ? Qu'y a-t-il de commun entre l'éthique des entrepreneurs qui se lancent dans la création de leur propre entreprise et celle d'architectes destinés à s'installer « en leur nom propre » ?

Cette dernière partie constitue l'élément original de cette thèse *avec travaux*. Elle s'appuie sur une analyse secondaire des données et un approfondissement des résultats de l'enquête collective « *Génération HMONP. La formation à l'habilitation à exercer la maîtrise d'œuvre en nom propre comme fabrique de l'architecte* » dont le rapport a été publié en mai 2021¹. Enquête à laquelle j'ai participé notamment dans le traitement et l'analyse de la base de données de l'enquête par questionnaires, l'analyse de contenu des mémoires de fin de formation et l'animation des focus groupes. Pilotée par Elise Macaire et Minna Nordström, cette étude a bénéficié des contributions de Véronique Biau, Guillaume Duranel, Isabelle Genyk, Margotte Lamouroux, Ségolène Charles, Pauline Ouvrard, Nicolas Letschert, Gaëlle Faguet, Dominique Tessier, Corinne Sadokh et Bendicht Weber. Fruit d'un travail collectif, cette enquête me permet aujourd'hui d'accéder à un matériau empirique d'une grande richesse. Je tiens ainsi à remercier l'ensemble de l'équipe qui par la qualité de son travail m'a permis de bénéficier d'un support de choix pour réaliser cette analyse secondaire. Les similitudes entre les résultats de mes précédents travaux sur les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre et les registres d'action mobilisés dans les discours des jeunes architectes passant leur habilitation à la maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP) m'ont conduit en effet à remobiliser le cadre d'analyse de l'éthique entrepreneuriale que j'avais construit. C'était aussi l'occasion de le mettre à l'épreuve d'un cas particulier, celui de l'engagement dans une carrière d'architecte, dans l'hypothèse de l'émergence d'une nouvelle éthique entrepreneuriale chez ces architectes en devenir.

L'analyse secondaire des données de l'enquête a déjà donné lieu à l'écriture d'un chapitre dans un futur ouvrage collectif à paraître en 2024 :

- MACAIRE Elise, NORDSTRÖM Minna, REIX Fabien, « En quête d'habilitation. La diversité des usages de l'HMONP par les architectes diplômées d'Etat » in *Profession ? Architectes*, Collection Architecture, Editions de l'Université de Lorraine, 2024.

¹ Consultable à l'adresse suivante : https://let.archi.fr/IMG/pdf/generation_hmonp_rapport_final-2.pdf

En quoi l'entrée dans la carrière d'architecte relève-t-elle d'une logique entrepreneuriale ? Devenir architecte en exerçant en tant que profession libérale ou en créant une entreprise sous forme de société – plus communément appelée « agence » dans le milieu de l'architecture – apparaît tout à la fois comme un moyen d'accéder à un statut social, un choix stratégique de saisir une opportunité en lien avec les ressources dont on dispose et une manière de réaliser un projet de vie qui participe à donner du sens à son travail. Je fais ici l'hypothèse que l'engagement dans une carrière d'architecte correspond en cela aux mêmes logiques d'action qui sont aux fondements de l'acte d'entreprendre. Comme précédemment, l'entrée dans la profession d'architecte sera plus particulièrement abordée en mobilisant la notion de carrière. L'intérêt de cette notion est de permettre d'analyser à la fois sa dimension *objective*, qui consiste en l'occupation d'une série de statuts et d'emplois, et sa dimension *subjective*, qui implique des changements dans la perception de sa propre vie et de ses expériences¹.

Dans la continuité de mes travaux sur l'acte d'entreprendre, ma démarche s'inscrit donc dans une approche résolument compréhensive de l'entrée dans la carrière d'architecte à travers l'analyse de l'étape clé du passage de l'habilitation à la maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP). En tant que profession réglementée, l'accès au titre d'architecte, tel que reconnu par l'Ordre des architectes², nécessite en effet pour les Architectes diplômés d'Etat (ADE) – grade niveau Master – ou ceux inscrits dans une démarche de valorisation des acquis (VA) d'obtenir cette habilitation s'ils souhaitent exercer « en leur nom propre » et s'inscrire à l'Ordre pour se voir reconnu leur capacité à établir un projet architectural faisant l'objet d'une demande de permis de construire. Mise en place en France en 2007, suite à la réforme de l'enseignement de l'architecture issue du décret du 30 juin 2005 instaurant le modèle européen dit du LMD (Licence-Master-Doctorat), l'HMONP remplace l'ancien système dit du DPLG (pour « Diplômé Par Le Gouvernement »)³.

¹ HUGHES Everett C., « Carrières, cycles et tournants de l'existence » [1^{ère} édition 1954] in CHAPOULIE Jean-Michel, *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, Editions de l'EHESS, 1996.

² La loi du 3 janvier 1977 qui institue notamment « l'intérêt public » de l'architecture impose l'inscription au tableau régional de l'Ordre des architectes pour obtenir le titre d'architecte et avoir le droit d'exercer la profession. Avant 1981, le nombre d'architectes était limité par un *numerus clausus*. Sa suppression a permis une augmentation progressive et significative du nombre d'architectes pour atteindre près de 30 000 inscrits à l'Ordre aujourd'hui, un chiffre relativement stable depuis 2007 (Cf. rapport « Archigraphie » 2022), date à laquelle l'HMONP a été mise en place en remplacement du précédent système dit du DPLG (pour « Diplômé Par Le Gouvernement »).

³ Sans entrer dans la longue et complexe histoire de l'enseignement de l'architecture en France, on peut simplement dire que dans sa version la plus récente, c'est-à-dire celle juste avant son remplacement par l'HMONP, le DPLG était assimilé à un diplôme de troisième cycle universitaire, niveau bac +6. Il est alors remplacé en 2007 par un diplôme d'architecte d'Etat (Architecte DE, niveau bac +5) qui ouvre la possibilité d'obtenir (dans le cadre de la formation initiale) une habilitation à maîtrise d'œuvre en nom propre (Architecte DE-HMONP, niveau bac +6).

Cette formation complémentaire qui peut être réalisée dans le cadre de la formation initiale ou continue (en validation des acquis, les candidats sont alors dispensés de la mise en situation professionnelle en agence), est une condition nécessaire pour exercer « en son nom propre » la profession d'architecte, mais n'a rien d'obligatoire après l'obtention du diplôme d'Etat d'architecte (DEA) à la fin du Master. L'HMONP peut être réalisée à tout moment de la carrière de l'architecte. L'absence d'une véritable étude longitudinale ne permet cependant pas de connaître la proportion exacte de ceux qui passent à terme cette habilitation à la suite de l'obtention du DEA. On peut toutefois noter que pour l'année 2018-2019 par exemple, on comptait 2 310 ADE pour 1 366 admis à l'HMONP. Ceci s'explique en partie par le fait que le nombre de places en HMONP est limité dans les écoles d'architecture, ce qui peut être perçu comme un *numerus clausus* qui ne dit pas son nom, ce dernier ayant pourtant été officiellement supprimé en 1981.

La formation se déroule sur le temps d'une année universitaire et comprend des enseignements théoriques dispensés dans une école d'architecture et une « mise en situation professionnelle » (MSP) d'une durée minimum de 6 mois à temps plein dans une structure d'accueil sous l'encadrement d'un tuteur¹. Pour valider cette formation et obtenir leur habilitation, les candidats doivent notamment présenter devant un jury, composé d'au moins deux tiers d'architectes praticiens dont un représentant de l'Ordre des architectes², un mémoire dans lequel ils sont invités à définir un projet professionnel personnel.

Le « moment réflexif » de l'HMONP

L'étude de l'entrée dans la carrière d'architecte par le prisme de l'HMONP paraît d'autant plus pertinente qu'il s'agit là d'un passage obligé, d'une « barrière à l'entrée » somme toute classique dans les professions réglementées³, mais qui se veut aussi « une préfiguration

¹ Pour plus de précisions, voir infra l'encadré « L'enquête Génération HMONP ».

² L'article 17 de l'arrêté du 10 avril 2007 relatif à l'HMONP indique que « le jury est composé d'au moins cinq membres, dont au moins les deux tiers sont architectes praticiens, enseignants ou non, un architecte-enseignant venant d'une autre école et un proposé par le conseil régional de l'Ordre des architectes. La personne responsable du suivi de l'architecte diplômé d'Etat pendant sa situation professionnelle est invitée par l'école. Le directeur d'études responsable du suivi de l'architecte tout au long de sa formation assiste à la soutenance. L'un et l'autre participent en tant que de besoin aux débats pour éclairer le jury sans voix délibérative ».

³ MOYSAN-LOUAZEL Anne, « Les professions libérales réglementées, le marché et la concurrence – Le cas des experts-comptables et des avocats », *Comptabilité Contrôle Audit*, 2011/2 (Tome 17), pp. 89-111.

d'une pratique professionnelle avant tout réflexive et prospective »¹. En effet, l'obtention du titre d'architecte par le biais de cette habilitation ne se limite pas à l'évaluation de la maîtrise objective des connaissances et techniques nécessaires à l'exercice en son nom propre ou de l'ampleur de l'expérience acquise en milieu professionnel, mais aussi à l'appréciation - nécessairement plus subjective - de la capacité du candidat à construire un projet professionnel personnel, ancré dans les prérogatives de la profession.

La formation à l'HMONP apparaît dès lors comme un moment privilégié d'étude des fondements d'une éthique professionnelle en construction. Ethique dont je fais l'hypothèse qu'elle est mue par les mêmes grandes logiques d'action que l'éthique entrepreneuriale². A la fois moyen d'accéder à un titre reconnu professionnellement et opportunité de construire une vision réflexive du métier, l'étape charnière que constitue la formation à l'HMONP incarne en outre parfaitement les deux dimensions objective et subjective de l'entrée dans la carrière d'architecte. Objectivement, elle leur permet d'accéder au titre d'architecte et d'exercer à terme en leur nom propre. Subjectivement, elle leur permet de construire un projet professionnel singulier d'entrée dans la carrière d'architecte, de s'identifier par le titre d'« architecte » et d'être reconnu comme tel.

A l'occasion de cette formation, ces architectes en devenir sont ainsi conduits à définir et légitimer leur position de nouvel entrant dans la profession. L'injonction à porter un regard réflexif, critique et prospectif sur leur conception du métier transparaît dans la manière dont ils construisent le récit de leur engagement dans une carrière d'architecte et le restituent notamment dans leurs mémoires de fin d'étude. On retrouve ici les principales caractéristiques d'une posture entrepreneuriale : une projection vers l'avenir, un rapport à l'incertitude, une forme de contrôle sur le monde, à travers la mise en récit d'un projet (professionnel) personnel³. Cette dimension narrative de l'entrée dans la carrière d'architecte induite par la formation offre ainsi l'opportunité de voir les représentations que cette future génération d'architectes se fait de la profession et du métier.

¹ C'est en ces mots qu'elle est définie dans le « Guide pratique HMONP » édité par l'ENSA Paris-Malaquais par exemple.

² REIX Fabien, « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », *Revue Interdisciplinaire sur le Management, l'Humanisme et l'Entreprise*, N°1, mars-avril 2012, pp. 37-52.

³ CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, « Introduction » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, 2014, pp. 11-32.

Mon étude s'appuie plus concrètement sur une analyse secondaire des données issues de l'enquête nationale « *Génération HMONP. La formation à l'habilitation à exercer la maîtrise d'œuvre en nom propre comme fabrique de l'architecte* » menée auprès de la promotion 2018-2019 inscrite à cette formation. Cette grande enquête a permis de compiler un riche matériau empirique composé d'une enquête par questionnaires auto-administrés en ligne auprès de 914 répondants (soit près de 40% de la population mère), d'une analyse des titres de 1264 mémoires de fin de formation, du contenu d'un échantillon représentatif de 300 de ces mémoires, et des échanges ayant eu lieu dans le cadre de 10 focus groupes répartis sur toute la France et regroupant les parties prenantes de la formation (ADE, tuteurs, directeurs d'études, représentants d'organismes professionnels) afin de discuter les résultats de l'enquête.

M'intéressant plus particulièrement aux modes de justification de l'engagement dans une carrière d'architecte, je mobilise ici principalement les données « qualitatives » de cette enquête, notamment les 620 réponses à la question ouverte « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? » (N° 111 du questionnaire), ainsi que les éléments tirés de l'analyse de contenu des 300 mémoires sélectionnés et les *verbatim* issus des focus groupes. En les invitant à se projeter dans l'avenir, cette question place les candidats à l'HMONP dans une posture entrepreneuriale qui les oblige à formaliser les représentations qu'ils se font de la profession et de la pratique de leur futur métier.

« *Architecte* », un titre en débat

Je ne parle ici de l'entrée dans une carrière d'architecte que par l'accès au titre d'architecte via l'obtention de l'HMONP, tel que reconnu par l'Ordre des architectes, ce qui ne peut évidemment suffire à prétendre épuiser la compréhension des différentes manières de concevoir et d'exercer le métier d'architecte. Il peut aussi se « pratiquer » en tant que salarié, au sein de collectivités ou d'associations, sans nécessairement passer par une installation « en son nom propre ». C'est cette nécessité d'appréhender la profession « à partir de ce qu'elle fait et non plus ce qu'elle devrait être » que rappelle Olivier Chadoin dans la postface d'une récente enquête portant précisément sur la « reconnaissance de la diversité des pratiques des architectes »¹ :

¹ Cette enquête baptisée « Reconnaissance de la diversité des pratiques des architectes » a été réalisée au début de l'année 2023 à partir de la passation d'un questionnaire auprès des diplômés en architecture non-inscrits à l'Ordre. Menée en co-réflexion avec le Conseil national, le Conseil des Pays-de-la-Loire et le groupe de travail GT12 de

« Comme dans nombre de professions, chez les architectes une norme sociale consiste à penser qu'un architecte c'est non seulement quelqu'un qui est autorisé à pratiquer le projet et la conception mais surtout quelqu'un qui le fait, si possible de façon autonome, c'est-à-dire « en son nom propre ». Cette norme est tellement ancrée dans les esprits que les architectes qui occupent des postes salariés, qui exercent dans des secteurs connexes à l'architecture autre que la « maîtrise d'œuvre vive » (AMO, agence d'urbanisme, collectivités, associations...) ne manquent jamais de se présenter sur le ton de l'excuse en disant : 'je suis architecte mais je ne construis pas'. Comme s'il y avait d'un côté les « architectes architecturant » et les autres. Ces autres sont d'ailleurs toujours plus ou moins en porte-à-faux ou en attente de reconnaissance. Pourtant ces « autres » sont bien présents, bien formés, satisfaits de leur formation et identifiés. C'est, entre autre, une population plutôt jeune et féminisée. Depuis les années 1990, de nombreux travaux ont pointé l'existence d'un exercice « diversifié » du métier et de la formation d'architecte, estimé à environ 30% de l'effectif diplômé. Ce n'est donc pas un processus de diversification qui marque cette profession mais la réalité d'une diversité d'exercice sur la base d'une formation qui offre à la fois une méthode, une culture et des outils. Que ce soit dans une carrière ou une étape, ou simultanément, on constate une capacité de multipositionnalité des diplômés d'architecture. »
(« Compter les architectes », Olivier Chadoin, 2023)

Le choix méthodologique de se centrer sur le seul corpus des candidats à l'HMONP ne doit donc pas être interprété comme une manière de considérer que ce type d'exercice en nom propre soit le seul qui vaille. Il convient d'ailleurs de noter que si l'obtention de l'HMONP est aujourd'hui indispensable pour s'inscrire à l'Ordre des architectes et exercer en son nom propre, tous ceux qui possèdent cette habilitation ne le font pas automatiquement ou du moins pas tout de suite. Ainsi, trois ans après l'obtention de leur diplôme, un peu moins d'un tiers (32%) des titulaires de l'HMONP étaient inscrits à l'Ordre des architectes selon les chiffres du rapport « Archigraphie » 2022¹. Il s'agit donc plutôt ici de se confronter à un « stéréotype professionnel »² pour mieux le déconstruire. En effet, comme je le montrerai dans cette partie, même chez ceux qui seraient supposés être les plus conformes à ce modèle professionnel de l'« architecte architecturant » décrit par Olivier Chadoin – puisque prétendant à l'obtention de l'HMONP –, on observe une remise en question partielle ou totale de la légitimité de cette seule conception normative de l'exercice du métier.

Dans un contexte où une partie de la profession milite pour la reconnaissance de la diversité des pratiques des architectes, l'ouverture du port du titre à l'ensemble des diplômés

l'Ordre national (composée d'élus nationaux et régionaux), elle s'appuie sur un échantillon de 915 répondants et a donné lieu à la diffusion d'une première synthèse en juin 2023 dont est tiré l'extrait présenté.

¹ Publié tous les deux ans par l'observatoire professionnel de l'Ordre des architectes, le rapport « Archigraphie » présente les chiffres clés de la profession. Les informations issues de l'édition 2022 seront mobilisées tout au long de ce chapitre afin non seulement de présenter des données de cadrage contextualisant l'analyse, mais aussi de mettre en perspective les projections nécessairement subjectives exprimées par les enquêtés avec les données plus objectives issues de ce portrait statistique de la profession des architectes inscrits à l'Ordre.

² HUGHES Everett C., 1996 [1^{ère} édition 1954], *Op. Cit.*

en architecture est aujourd'hui discutée¹. Les réponses des participants à l'enquête « Génération HMONP » témoignent elles-mêmes de représentations plurielles des manières d'exercer le métier d'architecte et montre que la profession n'est pas un ensemble unitaire².

L'enquête « Génération HMONP » (2021)

Les objectifs de cette enquête nationale démarrée en 2017 et achevée en 2021 étaient de produire des informations tant quantitatives que qualitatives sur l'Habilitation à maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP) afin d'une part de dresser un bilan des acquis de cette formation depuis sa mise en place en 2007 et d'autre part de comprendre les attentes que s'en font les Architectes diplômés d'Etat (ADE), le sens qu'ils lui donnent et la manière dont elle s'articule avec leur projet professionnel personnel. Cette recherche visait en outre à questionner les enjeux de professionnalisation de la formation des architectes, notamment à travers le rôle de la mise en situation professionnelle (MSP) et la perception par les ADE de l'accompagnement par les structures d'accueil. Cette enquête fait suite à une précédente étude sur l'HMONP que j'ai coordonné avec Olivier Chadoin et Tana Stromboni entre 2015 et 2016. Cette dernière était cette fois centrée sur les structures (agences, libéraux,...) à même d'accueillir la mise en situation professionnelle des ADE et plus particulièrement ceux qui y exerçaient le rôle de tuteurs dans le cadre de l'HMONP³. Cette étude avait notamment mis en exergue la dimension « insertion » professionnelle de l'HMONP au-delà de sa seule dimension formatrice pour des structures d'accueil qui y trouvaient souvent un moyen de « tester » de potentiels futurs collaborateurs. Sans forcément y voir un « détournement » problématique des finalités de la formation, cette réappropriation stratégique du temps de l'habilitation paraît caractéristique de la complexification des processus d'entrée sur le marché du travail des diplômés en architecture. Marché au sein duquel l'HMONP joue alors un rôle de « temps intermédiaire de socialisation professionnelle » entre diplôme et emploi stable d'une part et possible installation à terme « en son nom propre » d'autre part.

¹ L'accès et l'emploi du titre d'architecte sont des enjeux juridiques et symboliques forts qui font l'objet de nombreuses discussions ces dernières décennies au sein de l'Ordre des architectes, sujets qui ont d'ailleurs été très largement débattus dans les focus groupes de l'enquête « Génération HMONP ».

² CHADOIN Olivier, *Sociologie de l'architecture et des architectes*, Marseille, Editions Parenthèses, 2021.

³ La synthèse de cette enquête réalisée avec Olivier CHADOIN et Tana STROMBONI en 2015 est consultable sur le site du Conseil national de l'Ordre des architectes (CNOA) à l'adresse suivante : <https://www.architectes.org/sites/default/files/atoms/files/enquete-hmonp-2016.pdf>

L'échantillon d'étude de l'enquête « Génération HMONP » (914 répondants sur 2279 inscrits à la formation l'année 2018-2019 au sein des écoles d'architectures en France¹) se compose de 62% de femmes (qui sont ainsi relativement surreprésentées par rapport à la population mère où l'on retrouve 55% de femmes), d'un âge médian de 27 ans (17% ont 25 ans ou moins ; 54% ont entre 26 et 29 ans ; 28% ont 30 ans ou plus) et à 87% de personnes de nationalité française sachant que la formation est ouverte en partie aux étudiants étrangers.

L'exploitation des résultats de cette grande enquête nationale montre qu'un tiers des candidats a choisi de passer son habilitation dans la foulée de son diplôme d'Etat d'architecte (DEA), même si la règle implicite est plutôt de commencer à acquérir une première expérience professionnelle en exerçant d'abord quelques années en tant que salarié en agence d'architecture par exemple. Un autre tiers a attendu un à deux ans avant de s'inscrire à cette formation, et un dernier tiers, trois ans ou plus (dont 11% plus de cinq ans) après l'obtention de leur DEA. Entre les stages et les emplois exercés au préalable, les candidats à l'HMONP ont pour la plupart déjà une expérience professionnelle solide avec une moyenne de 3,4 stages (pour une durée cumulée de neuf mois) et de 1,8 emplois (pour une durée cumulée de près de 25 mois) au moment de s'inscrire à la formation. Si certaines de ces expériences ne sont pas toujours en lien direct avec l'exercice du métier d'architecte, 96% ont réalisé au moins 1 stage en agence d'architecture et 72% ont effectué au moins un emploi en agence d'architecture avant de s'inscrire à l'HMONP. La mise en situation professionnelle (MSP) s'est déroulée dans un cas sur deux dans une structure d'accueil où l'ADE avait déjà un contrat. De la même manière, l'inscription à la formation s'est faite dans la même école que celle où ils avaient obtenu leur diplôme d'architecte d'Etat (DEA) dans deux tiers des cas.

Lorsque l'on regarde la typologie des structures qui accueillent les ADE en formation à l'HMONP, on observe un certain décalage avec leur représentation parmi les entreprises d'architecture employeuses en France². Seulement 7% des ADE font leur MSP dans une structure libérale d'une ou deux personnes alors que ce type de structures représentait encore la majorité des entreprises d'architecture employeuses en France en 2018 (54%), au moment de l'étude. 29% des ADE font leur MSP dans une petite société d'architecture (entre trois et cinq

¹ En France, 22 écoles sont reconnues par l'Etat et l'Ordre des architectes : 20 Écoles nationales supérieures d'architecture (ENSA) réparties sur l'ensemble du territoire, l'École spéciale d'architecture (ESA) à Paris, et l'Institut national des sciences appliquées (INSA) à Strasbourg.

² Les chiffres indiquant les proportions des entreprises d'architectures employeuses au niveau national sont tirés de l'édition 2018 du rapport « Archigraphie ».

personnes) positionnée sur un marché local, ce qui correspond cette fois peu ou prou à la part de ce type de structure (27%) au sein des entreprises d'architecture employeuses en France en 2018. 39% des ADE font leur MSP dans une société d'architecture de taille intermédiaire (entre six et dix-neuf personnes) positionnée sur un marché local comme national, tandis que ce type de structure ne représente que 17% des entreprises d'architecture employeuses en France en 2018. Enfin, 25% des ADE font leur MSP dans une grande agence (effectif supérieur à vingt personnes, souvent plus de cent personnes) positionnée sur un marché national comme international.

A l'inverse des professions libérales qui apparaissent comme sous-représentées parmi les structures accueillant des ADE passant leur HMONP, les grandes agences semblent quant à elles très largement surreprésentées dès lors qu'on sait que ce type de structure ne correspond qu'à un peu plus d'1% des entreprises d'architecture employeuses en France en 2018. Outre une capacité nécessairement différente à embaucher et à assurer le suivi des ADE au sein de ces structures aux profils antagonistes, on peut aussi y voir un des marqueurs de la perte d'attractivité de la figure de l'architecte exerçant seul en libéral. Il ne s'agit pas pour autant d'y voir un plébiscite pour le modèle de la « firme » incarné par les grandes agences d'architecture, ces dernières exerçant visiblement un mode d'attraction/répulsion comme je le montrerai plus loin dans la manière dont ces architectes en devenir se projettent dans l'exercice de leur futur métier.

Au-delà des expériences singulières de chacun dans un contexte où le choix du profil de la structure d'accueil est souvent déterminant dans les orientations données au projet professionnel personnel (spécialisation dans certains domaines de la construction ou dans la réhabilitation par exemple), ils sont une très large majorité (88%) à considérer que la formation leur a permis de préciser leur projet professionnel. Et si 95% ont une appréciation globalement positive de cette formation, ils sont tout de même 15% à déclarer avoir pensé abandonner pendant la MSP, principalement pour des raisons en lien avec la surcharge de travail qu'implique un tel statut d'alternant dans des agences d'architecture où on ne compte généralement pas ses heures. Le taux de réussite à l'issue de la formation se situe en moyenne à 85% avec des disparités parfois importantes selon les écoles.

Enfin, il est important de noter que 89% déclarent effectivement vouloir exercer en leur nom propre à l'issue de la formation (16% tout de suite et 73% à terme) tandis que 9% ne savent pas, et que 3% n'envisagent finalement plus d'exercer en leur nom propre.

L'enquête a en outre permis de distinguer 4 grands profils types parmi les ADE dans la manière dont ils envisagent leur installation en leur nom propre.

1) Le premier groupe compte environ 20% des répondants. Il s'agit de ceux qui ont un exercice de maîtrise d'œuvre déjà engagé ou imminent, dont une grande majorité passent leur HMONP dans le cadre d'une validation des acquis. On y retrouve notamment les ADE avec un long parcours de formation professionnelle continue en situation de reconversion professionnelle. Parmi eux se trouvent aussi des associés minoritaires de sociétés d'architecture ou des auto-entrepreneurs avec une pratique de la maîtrise d'œuvre ne nécessitant pas l'inscription à l'Ordre. Certains se sont d'ailleurs inscrits dans la perspective concrète d'une future association dans la structure dans laquelle ils étaient jusque-là salariés ou encore celle de reprendre une structure existante dans le cadre d'une transmission familiale par exemple. Ce groupe comprend aussi les ADE avec un projet professionnel prêt à être mis en œuvre suite à l'identification d'une opportunité professionnelle leur permettant d'avoir des commandes préétablies. Enfin, sont inclus dans ce groupe des personnes de nationalité étrangère (hors Europe) dont le diplôme d'architecte étranger ne permet pas d'exercer en France ou avec un projet professionnel imminent dans leur pays d'origine.

2) Le second groupe compte environ 40% des répondants. Il s'agit de ceux qui ont un projet d'exercice de maîtrise d'œuvre en maturation. On y retrouve les ADE salariés en transition avec un projet professionnel personnel en cours mené en parallèle de leur activité salariée (appartenance à un collectif, réalisations de projets personnels d'aménagement ou d'extension, participation à des concours). Ce groupe inclut aussi les ADE avec une stratégie de diversification ayant déjà obtenu plusieurs diplômes (bi-cursus, post masters) visant un projet professionnel qui permettra à terme de capitaliser sur leurs compétences multiples. Il comptabilise aussi les ADE mobiles qui ont une trajectoire constituée d'expériences pédagogiques et professionnelles internationales et qui visent un exercice professionnel à l'étranger, plus particulièrement dans l'espace européen.

3) Le troisième groupe compte environ 30% des répondants. Il s'agit de ceux qui ont un projet d'exercice de maîtrise d'œuvre comme projet à long terme. On y retrouve les ADE salariés ayant une certaine stabilité professionnelle ne prévoyant pas nécessairement d'exercer en nom propre à court ou moyen terme. Pour eux, rester salarié est soit un projet professionnel à part entière (en aspirant par exemple à devenir chef de projet ou directeur d'agence), soit un moyen de renforcer leurs compétences avant de se lancer dans l'installation en leur nom propre dans

une perspective plus lointaine. Ce groupe comptabilise également les ADE qui s'inscrivent dans la formation dans la continuité de leur DEA dans le but de finir « dans la foulée » l'ensemble des études et d'obtenir ce qu'ils considèrent symboliquement comme le « vrai » diplôme d'architecte, même s'ils n'envisagent pas d'exercer tout de suite « en leur nom propre ».

4) Le quatrième et dernier groupe compte environ 10% des répondants. Il s'agit de ceux qui n'ont pas le projet d'exercer la maîtrise d'œuvre ou ne savent pas encore ce qu'ils vont faire. On y retrouve les ADE qui aspirent à être fonctionnaires (AUE, CAUE...) et ceux qui envisagent une carrière dans l'enseignement et la recherche mais qui veulent éventuellement se garder la possibilité d'exercer en leur nom propre en parallèle ou plus tard. Ce groupe inclut également les ADE ayant des projets d'exercice que l'on pourrait qualifier d'« alternatifs » (création de « collectifs » pluridisciplinaires par exemple) qui utilisent la formation pour mûrir leur projet professionnel sans avoir décidé s'ils porteront le titre un jour. Enfin, ce groupe comprend les ADE qui, en raison d'une expérience négative de la mise en situation professionnelle, remettent sérieusement en question la perspective d'exercer la maîtrise d'œuvre en nom propre, voire plus largement de travailler dans le domaine de l'architecture.

En complément des éléments présentés dans le rapport « Génération HMONP », mon analyse secondaire s'intéresse plus particulièrement aux modes de justification de l'entrée dans la carrière d'architecte. Il s'agit en outre de mettre en relation les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre que j'avais pu précédemment identifier chez les créateurs d'entreprise avec celles exprimées par les aspirants à l'obtention de cette habilitation qui les obligent à se projeter dans l'installation en leur nom propre à terme. C'est d'ailleurs la redondance des registres mobilisés par ces futures architectes pour justifier leur engagement avec ceux employés par les plus jeunes entrepreneurs que j'avais interrogés qui m'a poussé à y voir l'expression d'une même éthique entrepreneuriale¹. On y retrouve par exemple la même importance accordée à l'ancrage territorial dans l'élaboration du projet professionnel, mais aussi l'idée que seule la création de sa propre entreprise permet de s'assurer de la bonne adéquation entre les valeurs personnelles qui les animent et leur conception de la profession et de la pratique du métier. Il s'agit comme précédemment avec les entrepreneurs de percevoir cet engagement dans la carrière d'architecte comme une forme de construction de soi qui doit

¹ REIX Fabien, 2012, *Op. Cit.*

permettre de donner du sens à son travail et plus largement à son existence à travers l'entrée dans un métier perçu comme particulièrement prenant et exigeant, impliquant un sens aigu de la responsabilité, rappelant la dimension vocationnelle du travail chez Max Weber¹.

Ce rapprochement entre mon étude sur les entrepreneurs et celle présentée ici sur les architectes en devenir a évidemment ses limites, notamment dans le fait de ne pas pouvoir cette fois m'appuyer sur de longs entretiens sous forme de récits de vie qui m'avaient permis d'inscrire ma précédente analyse dans une compréhension fine des trajectoires sociales des entrepreneurs interrogés. Par ailleurs, je me situe cette fois dans l'interprétation de la manière dont ces candidats à l'HMONP se projettent dans une carrière entrepreneuriale en envisageant à terme d'exercer en leur nom propre et non sur des entrepreneurs ayant créé de manière effective leur propre entreprise. Et si 89% des répondants déclarent vouloir exercer en leur nom propre à l'issue de la formation, cette installation est envisagée à plus ou moins long terme avec des projets plus ou moins précis². Même s'il ne s'agit donc ici que d'analyser des représentations sociales, il apparaît comme particulièrement intéressant de pouvoir appréhender cette éthique entrepreneuriale « en train de se construire » à travers la façon dont la formation à l'HMONP invite à la réflexivité sur son engagement professionnel. Le riche matériau empirique de l'enquête « Génération HMONP » (914 répondants à l'enquête par questionnaire, 620 réponses à la question ouverte « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? », analyse de contenu d'une sélection de 300 mémoires de fin d'études, ainsi que les transcriptions des discussions issues de 10 focus groupes) m'offre ainsi l'opportunité d'accéder à un terrain d'étude privilégié permettant d'actualiser les représentations que se font de la profession et du métier ces architectes en devenir. Il ne s'agit donc pas de faire une comparaison entre deux matériaux foncièrement différents dans leur construction empirique, mais plutôt de mettre à l'épreuve le cadre général d'analyse de l'éthique entrepreneuriale que j'avais préalablement élaboré au cas particulier de l'entrée dans la carrière de cette future génération d'architectes³.

On retrouve évidemment dans mon analyse les mêmes traits saillants attribués à cette « Génération HMONP » dans le rapport, notamment dans la sous-partie consacrée à l'éthique

¹ WEBER Max, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1964 [1904-1905].

² Voir l'encadré précédent « L'enquête « Génération HMONP » ».

³ REIX Fabien, 2012, *Op. Cit.*

et aux convictions comme expression d'une « professionnalité »¹. Mais, dans une analyse nécessairement plurielle d'un matériau empirique dense, les extraits utilisés ici, s'ils sont souvent les mêmes, ne sont pas nécessairement interprétés de la même manière, ni mobilisés au même endroit. C'est le propre d'une analyse secondaire qui corrobore globalement les résultats et les interprétations présentées dans le rapport, mais s'en éloigne aussi parfois. La principale différence réside dans le fait que les « valeurs entrepreneuriales » de cette génération telles que décrites dans le rapport sont directement associées au rôle de chef d'entreprise, de gestionnaire qu'implique le métier d'architecte. Or, elles ne s'y limitent pas selon moi. De la même manière, les « logiques entrepreneuriales » associées aux agences d'architecture en opposition aux architectes exerçant sous le régime de la profession libérale renvoient le plus souvent à l'idée de modes de gestion organisationnelle spécifiques mettant en avant par exemple une logique de prestation de service² ou encore le développement d'une activité de recherche et d'innovation³ et non à l'acte d'entreprendre lui-même. Ce choix sémantique peut évidemment s'entendre, mais il ne correspond pas à l'acception du terme de logique(s) entrepreneuriale(s) mobilisée ici.

En effet, comme j'ai pu le montrer dans les précédentes parties, l'éthique entrepreneuriale peut être appréhendée dans une acception plus fondamentale qui conduit à porter d'abord le regard sur les logiques d'action qui poussent à créer sa propre entreprise – ou plus précisément ici à construire un projet professionnel qui doit aboutir à s'installer en son nom propre à terme – plutôt qu'uniquement sur la manière dont on la gère⁴. Je préfère en outre parler d'éthique entrepreneuriale plutôt que de valeurs entrepreneuriales. En effet, je vois dans cette éthique entrepreneuriale une propension plus grande à expliquer les motifs de l'engagement dans une carrière d'architecte tels qu'exprimés par les participants à l'enquête. Il faut cependant reconnaître que cette vision de l'entrepreneur perçu comme un manager ou un chef d'entreprise est assez largement répandue dans le monde de l'architecture et s'explique en partie par la dualité entre la figure de l'artiste et celle du manager sur laquelle s'est en partie construite la profession.

¹ Voir le chapitre 4 de l'enquête « Génération HMONP. La formation à l'habilitation à exercer la maîtrise d'œuvre en nom propre comme Fabrique de l'architecte », pp. 110-168.

² TAPIE Guy, *Les architectes : mutations d'une profession*, Paris, L'Harmattan, 2000.

³ GUÉNOT Marion, « Entre *ethos* professionnel et logiques d'entreprises : La recherche et l'innovation dans les agences d'architecture », *Les Cahiers de la recherche architecturale urbaine et paysagère* [Online], 9|10 | 2020.

⁴ REIX Fabien, 2012, *Op. Cit.*

Aussi, avant de présenter en détail l'analyse des logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'architecte, je reviendrai d'abord, dans le premier chapitre, sur les liens ambigus que le monde de l'architecture entretient avec la figure de l'entrepreneur en dressant un « portrait de l'architecte en entrepreneur ». On l'a vu avec Hélène Vérin dans la première partie de cette thèse, l'architecte est l'une des premières figures associées au terme entrepreneur historiquement¹. Je montrerai aussi dans ce premier chapitre dans quelle mesure l'injonction néolibérale à devenir entrepreneur de soi-même s'est traduite entre autres par la promotion de l'entrepreneuriat jusque dans les formations des écoles d'architecture, mais aussi à travers le recours massif au régime précaire de l'auto-entrepreneur en particulier chez les jeunes architectes. J'indiquerai enfin en quoi la formation à l'HMONP favorise l'émergence d'une éthique entrepreneuriale chez ces futurs architectes en les obligeant à faire un exercice de mise en récit de soi qui les conduit à se projeter vers l'avenir et à faire face à l'incertitude dans une tentative de contrôle sur le monde, qui sont les dimensions communément admises d'une posture entrepreneuriale².

La discussion des logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'architecte constituera le cœur de l'analyse des trois chapitres suivants. Il s'agira ainsi de montrer en quoi les témoignages des répondants à l'enquête « Génération HMONP » dessinent une éthique entrepreneuriale mue par l'ambition de « renouveler » la profession d'architecte. L'analyse secondaire des données indique en effet que trois grands registres se combinent dans les modes de justification de l'entrée dans la profession de ces futurs architectes. Le premier montre que cet engagement procède d'abord d'une volonté de s'ancrer dans un territoire auquel on est non seulement attaché, mais aussi où on se sentira d'autant plus utile qu'il est précisément dépourvu d'architectes. Le second met en exergue un goût pour le collectif et la valorisation d'une approche pluridisciplinaire de l'exercice du métier qui tranche avec la figure canonique de l'architecte exerçant seul en libéral. Le troisième et dernier registre permet quant à lui de voir que cet engagement relève aussi d'une ambition d'adopter une pratique plus écoresponsable du métier au sein d'une profession particulièrement pointée du doigt pour son impact environnemental. Cette ambition témoigne en outre d'une quête de sens dans le travail et plus largement dans leur existence faisant de l'engagement dans la carrière d'architecte un

¹ VÉRIN Hélène, *Entrepreneurs, entreprises. Histoire d'une idée*, Paris, PUF, 1982.

² CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, « Introduction », in CHAUVIN Pierre-Marie GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 11-32.

véritable projet de vie. L'application de la compréhension de l'éthique entrepreneuriale au domaine de l'architecture permet également de mettre en lumière des stratégies générationnelles de positionnement dans le champ architectural. En défendant une conception renouvelée de la profession, les architectes en devenir de la « génération HMONP » cherchent non seulement à être fidèles à leurs convictions mais aussi à se distinguer des générations précédentes pour mieux trouver leur place dans le champ.

CHAPITRE 1

PORTRAIT DE L'ARCHITECTE EN ENTREPRENEUR¹

Comme l'explique Florent Champy, la profession d'architecte s'est historiquement construite en France dans la distinction de sa pratique avec celle des « artisans de la construction », associés sous le terme générique « d'entrepreneurs », en s'attachant notamment à la figure de l'artiste qui servira aussi à se différencier de celle de l'ingénieur : « au cours de leur combat pour se séparer clairement des entrepreneurs, les architectes français ont joué un rôle moteur dans la construction de l'image de l'architecte-artiste, ce qui les a conduit aussi à s'éloigner des ingénieurs »². Plus récemment, la référence à la figure de l'entrepreneur renvoie plutôt dans le milieu de l'architecture à celle du chef d'entreprise ou plus encore à celle du manager contre laquelle s'était aussi largement constituée la profession d'architecte en valorisant un mode d'exercice libéral du métier. L'émergence des sociétés d'architecture, aujourd'hui majoritaires dans les formes juridiques d'exercice³, implique de fait d'endosser un rôle de manager qui ne se limite plus à la « gestion » d'une activité libérale exercée souvent seul.

1. La dualité artiste vs chef d'entreprise

Dans son analyse des modes de présentation de soi dans les pratiques de communication des architectes, Véronique Biau rappelle que la profession est encore largement marquée par la dualité « architectes-artistes » et « architectes-hommes d'affaires » : « L'approche des

¹ Ce titre fait référence au titre de l'ouvrage de Pierre-Michel MENGER, *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2002.

² CHAMPY Florent, *Sociologie de l'architecture*, Paris, La Découverte, « Repères », 2001, p. 29.

³ Les données détaillées sur les modes d'exercice de la profession d'architecte seront présentées un peu plus loin.

stratégies de positionnement des architectes par leurs pratiques de présentation de soi ne remet pas en cause la dualité traditionnellement posée entre architectes-hommes d'affaires et architectes-artistes. L'éthique professionnelle de l'architecte continue en effet à se définir largement en fonction de l'opposition entre l'architecture comme production et l'architecture comme œuvre »¹. Chez les architectes, la représentation de l'entrepreneur renvoie ainsi à cette figure de l'homme d'affaires ou plus encore à celle du manager, mais rarement à celle du créateur d'entreprise. Ce lien entre architecte et entrepreneur, caractérisé par l'exercice assumé d'un rôle de manager/gestionnaire au sein d'une (grande) agence, est volontiers valorisé par la fraction des architectes qui exercent à l'international² ou encore par ceux que l'on regroupe dans la catégorie des « grands architectes »³ ou « starchitectes »⁴. Cette frange ne représente somme toute qu'une petite partie des architectes en exercice, cette dernière étant elle-même critiquée par le reste de la profession pour les effets délétères d'une « winner take all society »⁵ qu'elle participe à entretenir.

La nécessité de prendre en charge une part managériale dans la gestion d'une agence d'architecture s'accompagne par ailleurs d'un a priori plutôt négatif chez les architectes exerçant en sociétés, comme peut sûrement en témoigner l'attrait grandissant pour les « collectifs »⁶ et les « coopératives »⁷ chez les jeunes architectes, tendance sur laquelle je reviendrai plus loin. Si les répondants à l'enquête « Génération HMONP » ont plutôt interprété leurs difficultés à se projeter dans un rôle de gestionnaire ou de manager essentiellement par une formation insuffisante à l'exercice de ses missions lors de leurs études, on peut plus fondamentalement y voir la cristallisation d'une tension inhérente à la profession dans la conciliation entre le métier d'architecte-créateur et celui de manager-dirigeant⁸. Les tâches de management et de gestion qui sont attachées à l'architecte-entrepreneur représenteraient ainsi le « *dirty work* », au sens d'Everett Hughes⁹, en comparaison à la part plus « créative » associée

¹ BIAU Véronique, « Stratégies de positionnement et trajectoires d'architectes », *Sociétés contemporaines*, 1998/1 (n° 29), pp. 7-25, p. 23.

² BROWN Laura, *La condition internationale des architectes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, Coll. « Le sens social », 2022.

³ BIAU Véronique, « La consécration des grands architectes », *Regards sociologiques*, 25-25, 2003, non paginé.

⁴ VIOLEAU Jean-Louis, « L'architecte est-il un auteur ? », *Esprit*, 2013/12 (Décembre), pp. 85-95.

⁵ FRANK Robert & COOK Philip, *The Winner Take All Society*, Free Press, NY, 1995.

⁶ MACAIRE Élise, « Collectifs d'architectes : expérimenter la coproduction de l'architecture » in « Les Mondes de l'architecture », *Lieux Communs – Les cahiers du LAUA*, N°17, ENSAN, janvier 2015, pp. 165-186.

⁷ DELAUNAY Fanny et GOURVENNEC Estelle, « Les SCOP d'architecture : un modèle de coopération ? », *Les Cahiers de la recherche architecturale urbaine et paysagère* [Online], 9|10 | 2020.

⁸ DELATTRE Miguel, PETIT Renaud, ZARDET Véronique, 2015, *Op. Cit.*

⁹ HUGHES Everett C., 1996 [1^{ère} édition 1954], *Op. Cit.*

à la dimension plus artistique du métier d'architecte. Comme le rappelle Dominique Lhuilier en référence à la notion de « sale boulot » : « Dans ce qu'on appelle le monde du travail, il est des professions, valorisées et d'autres méconnues ou dévaluées. Mais il y a aussi à l'intérieur de chaque métier ou fonction, des activités sources de plaisir et de gratification, et d'autres considérées comme indues ou ingrates »¹. Les tâches relatives au management et à la gestion d'une agence d'architecture, bien qu'essentielles à son bon fonctionnement et le plus souvent l'attribut des associés, entreraient donc dans la catégorie des tâches ingrates car dénuées de dimension créative qui est « l'une des conditions de la sublimation et du plaisir au travail »² et renvoie à une conception plus artistique du métier d'architecte.

Si la figure de l'architecte-artiste a été en partie déconstruite à la fin des années 1960 suite à la remise en question du modèle des Beaux-arts³ - et l'émergence d'une nouvelle génération d'architectes post mai 1968 mettant notamment en avant l'apport des sciences sociales, les approches participatives et le rôle de l'architecte dans la production du logement social⁴ - elle reste encore largement présente dans les représentations du métier d'architecte. C'est notamment ce qui ressort de cet extrait de mémoire lorsque cette ADE justifie son approche du métier d'architecte en l'opposant précisément à une approche entrepreneuriale : « *une démarche plus artistique qu'entrepreneuriale fondée sans doute sur la passion et un certain héritage des Beaux-Arts* » (Femme, ID 1358 - Mémoire)⁵. Il s'agirait en outre d'une spécificité française, dans un pays où s'est développé un statut d'architecte plus proche de l'artiste que de l'artisan⁶. On peut ainsi considérer que cette représentation de l'architecte en artiste est au fondement de ce que Raymonde Moulin appelait, en 1973, l'« inconscient historique » de la profession⁷ dont on retrouve les traces dans la valorisation d'une double éthique de la « création » et du « désintéressement »⁸ encore cultivée par les architectes

¹ LHUILIER Dominique, « Le « sale boulot » », *Travailler*, 2005/2 (n° 14), pp. 73-98, p. 73.

² *Ibid.*, p. 96.

³ Issue des Beaux-arts, l'architecture y était enseignée jusqu'en 1968 avant que cet enseignement ne soit ensuite assuré dans des Unités pédagogiques d'architectures (UPA) spécifiques puis dans des « Ecoles d'architecture » à partir de 1985 et enfin dans les Ecoles nationales supérieures d'architecture (ENSA) telles que nous connaissons aujourd'hui.

⁴ VIOLEAU Jean-Louis, *Les architectes et Mai 68*, Paris, Éditions recherches, 2005.

⁵ Les informations entre parenthèses indiquent la provenance des extraits d'entretien (« Mémoire » ; « Question 111 « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? », « Focus groupe ») ainsi que le genre, l'âge (seulement disponible pour la question 111) et l'identifiant anonymé de l'enquêté (non disponible pour les focus groupes).

⁶ CHAMPY Florent, 2001, *Op. Cit.*

⁷ MOULIN Raymonde et al., *Les Architectes. Métamorphose d'une profession libérale*, Paris Calmann-Lévy, 1973.

⁸ MONTLIBERT Christian (de), *L'impossible autonomie de l'architecte : sociologie de la production architecturale*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, 1995.

aujourd'hui. L'ambiguïté des représentations de la figure de l'entrepreneur chez les architectes pourrait alors s'expliquer dans le dilemme entre une éthique du désintéressement qui pousse à le dénigrer en tant qu'homme d'affaires et une éthique de la création qui invite à se reconnaître dans la dimension créative de son action.

On perçoit dans cette mise à distance de l'architecte-entrepreneur vu comme un manager et/ou un agent économique mû par l'appât du gain, les fondements de la « critique artiste » de la modernité, du management, et plus généralement du capitalisme, analysée par Eve Chiapello dans son ouvrage *Artistes vs Managers*¹. Elle poursuivra et affinera cette analyse avec Luc Boltanski dans *Le nouvel esprit du capitalisme*². La description qui y est faite de la « critique artiste » du capitalisme, incarnée par la « cité par projets », met au jour un apparent paradoxe dans les arguments qui fondent cette critique issue de mai 1968. En défendant une vision idéale du métier d'artiste qui prône l'authenticité, l'autonomie et la liberté, cette critique participerait implicitement à justifier la flexibilité et la précarité de l'emploi et plus généralement la remise en cause du modèle salarial portée par l'économie néolibérale.

On retrouve sensiblement la même idée chez Pierre-Michel Menger : « L'ironie veut aussi que les arts qui, depuis deux siècles, ont cultivé une opposition farouche à la toute-puissance du marché, apparaissent comme des précurseurs dans l'expérimentation de la flexibilité, voire de l'hyperflexibilité »³. Il défend par ailleurs l'idée que l'artiste peut être assimilé à un entrepreneur : « c'est un trait général des professions artistiques et des trajectoires d'activité des artistes que de combiner les caractéristiques propres aux « professions » (au sens anglo-saxon de ce terme) et des compétences et pratiques propres à l'indépendance entrepreneuriale. (...) Les carrières artistiques ont aussi pour caractéristique un faible attachement à des organisations, les artistes agissant souvent à la manière de petites firmes, à travers leur pratique de la pluriactivité et à travers leurs initiatives entrepreneuriales (création de structures associatives, de petites entreprises, de compagnies artistiques, d'agences de production, direction de festivals et de manifestations artistiques) »⁴. Si l'on peut critiquer cette

¹ CHIAPELLO Ève, *Artistes versus managers. Le management culturel face à la critique artiste*, Paris, Éditions Métailié, « Leçons De Choses », 1998.

² BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, 1999, *Op. Cit.*

³ MENER Pierre-Michel, « L'art analysé comme un travail », *Idées économiques et sociales*, 2009/4 (N° 158), pp. 23-29, p. 26.

⁴ *Ibid.*, p. 25.

vision du « capitalisme à la sauce artiste » en ce qu'elle peut apparaître parfois caricaturale¹, c'est vraisemblablement le même type d'ambivalence qui se cache derrière la promotion de l'entrepreneuriat dans les Ecoles nationales supérieures d'architecture (ENSA) et le développement massif du statut précaire de l'auto-entrepreneur dans le milieu de l'architecture.

2. L'entrepreneuriat dans le milieu de l'architecture

Parce que l'entrée dans la profession d'architecte passe aujourd'hui fréquemment par la création de sa propre entreprise, il n'est pas étonnant de voir se développer les cours de sensibilisation à l'entrepreneuriat dans les ENSA, que ce soit dans la formation initiale ou plus logiquement encore dans l'Habilitation à maîtrise d'œuvre en nom propre (HMONP) dont il sera plus particulièrement question ici. Pour preuve de l'émergence de ce rôle de manager/entrepreneur dans les représentations de l'exercice du métier d'architecte, on peut évoquer le partenariat noué depuis 2014 entre Centrale Nantes, Audencia Business School et l'ENSA de Nantes actant une « alliance stratégique » qui s'est notamment traduite par la mise en place d'un incubateur commun visant à promouvoir les projets entrepreneuriaux des étudiants de ces trois formations. On peut également citer l'exemple de la création en 2018 d'un double diplôme d'architecte-manager à l'ENSA de Versailles en collaboration avec l'ESSEC. Certaines écoles vont même jusqu'à concevoir un « parcours entrepreneurial » au sein de leur formation, comme l'ENSA de Toulouse par exemple². Ce mouvement de valorisation de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur n'est pas nouveau et ne se limite pas aux études d'architecture. Pour Olivia Chambard, cette pénétration des logiques entrepreneuriales dans l'enseignement supérieur s'inspire d'une pensée néolibérale qui s'exprime d'un point de vue « économique » dans la lutte contre le chômage et d'un point de vue « culturel » dans le changement des modes de gouvernance de l'enseignement supérieur, notamment à l'Université³.

¹ QUERRIEN Anne, « Le capitalisme à la sauce artiste. Retour sur *Le nouvel esprit du capitalisme* », *Multitudes*, 2004/1 (n° 15), pp. 251-261.

² De manière plus transversale, on peut trouver une illustration de ce phénomène dans l'organisation du forum « Entreprendre dans la culture » du 4 au 6 juillet 2023 à l'ENSA Paris-Belleville.

³ CHAMBARD Olivia, « La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale », *Mots. Les langages du politique* [Online], 102 | 2013.

Ce mouvement de promotion d'une société entrepreneuriale symbolisé par le slogan « Tous entrepreneurs ! »¹ s'accompagne d'une charge critique importante en ce qu'il illustre le « tournant néolibéral » pris par l'enseignement supérieur ces dernières décennies² mais aussi d'une forme de précarisation du travail incarné notamment en France par le développement des activités indépendantes sous le régime de l'auto-entrepreneur³ dans un contexte de fragilisation du modèle salarial en France⁴. Comme le rappelle Carine Ollivier, « face à cette crise de la “société salariale” un cadre institutionnel favorable au développement d'une “société entrepreneuriale” a progressivement été mis en place et dont il faut interroger les effets »⁵.

Le phénomène s'est étendu à quasiment tous les secteurs d'activité et touche plus particulièrement encore l'économie de la création. Le milieu professionnel de l'architecture n'y échappe donc pas. Selon les chiffres du rapport « Archigraphie » de 2022, 19% des architectes libéraux inscrits à l'Ordre exercent sous le régime de la micro-entreprise, plus communément appelé « auto-entrepreneur ». Ce statut précaire de l'auto-entrepreneur – notamment par la faible protection sociale qu'il procure en comparaison avec un emploi salarié – touche plus particulièrement les femmes (32% contre 12% chez les hommes parmi les architectes libéraux) et les jeunes (69% des architectes libéraux qui exercent sous le régime de l'entrepreneur ont moins de 35 ans). Et lorsque l'on sait que ces chiffres ne concernent que les architectes inscrits à l'Ordre, on peut imaginer qu'ils n'illustrent que très partiellement l'ampleur du phénomène.

Pour beaucoup de professions libérales, l'instauration du régime de l'auto-entrepreneur en 2009 a d'abord été perçu comme un effet d'aubaine favorisant un basculement vers un régime supposé avantageux notamment pour ceux qui avaient une activité limitée et exerçaient seuls. Cette tendance à la conversion du statut libéral « classique » vers la micro-entreprise n'était assurément pas l'objectif affiché par la loi de modernisation de l'économie de 2008 qui a permis l'instauration de ce régime. L'attractivité pour le statut d'auto-entrepreneur a d'ailleurs souvent laissé place à la déception face à un régime perçu finalement comme un « miroir aux

¹ OLLIVIER Carine, « Tous entrepreneurs ? », in PAUGAM Serge (Ed.), *50 questions de sociologie*. Paris, Presses Universitaires de France, « Hors collection », 2020, pp. 355-364.

² TANGUY Lucie, *Enseigner l'esprit d'entreprise le tournant politique des années 1980-2000*, Paris, La Dispute, 2016.

³ ABDELNOUR Sarah, *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*, Paris, Presses Universitaires de France, 2017.

⁴ CASTEL Robert, *Les métamorphoses de la question sociale. Une chronique du salariat*, Paris, Fayard, 1995.

⁵ OLLIVIER Carine, *Op. Cit.*, p. 356.

alouettes »¹. Cependant, alors que la part des auto-entrepreneurs avait plutôt tendance à baisser entre 2014 et 2018 parmi les architectes qui exerçaient en libéral, elle repart à la hausse depuis 2020, progression qui s'explique sûrement par le doublement des plafonds de chiffre d'affaires comme vu précédemment. Et si l'on peut penser que ce régime est privilégié pour la souplesse qu'il offre, on aurait tort de ne pas y voir aussi une forme de précarité de l'exercice d'une activité entrepreneuriale, particulièrement marquée chez les femmes et les jeunes architectes.

Le statut d'auto-entrepreneur est notamment critiqué en ce qu'il favorise le développement de formes de « salariat déguisé », sans que l'on puisse toujours distinguer ce qui relève d'un choix de l'auto-entrepreneur ou d'une injonction des agences visant à limiter les « coûts » d'un recrutement d'un salarié, comme cela a été rappelé lors d'un focus groupe de l'enquête « Génération HMONP » : « *Parfois l'auto-entrepreneuriat, c'est un choix de l'ADE, et il y en a d'autres qui ne trouvent pas de contrat dans des entreprises parce que salarier quelqu'un n'est pas évident, cela a un coût.* » (Femme, ENSA - Focus Groupe / novembre 2020). Dans les faits, le statut d'auto-entrepreneur apparaît aussi comme un moyen d'entrer dans la pratique architecturale en travaillant sur des « petits » projets ne nécessitant pas de dépôt de permis de construire pour les ADE qui cherchent à se faire une première expérience professionnelle, avant de prétendre à l'obtention de l'HMONP pour exercer en leur nom propre.

Les postulants à l'HMONP se retrouvent d'ailleurs parfois face à ce dilemme au moment de choisir la structure dans laquelle ils doivent faire leur mise en situation professionnelle dans le cadre de leur formation. Et bien que le statut d'auto-entrepreneur ne soit normalement pas autorisé pour les candidats à l'habilitation, l'enquête « Génération HMONP » a montré que certaines écoles et certaines agences dérogeaient à cette règle, même si ces cas restent rares. Ce sujet de la place de l'auto-entrepreneuriat dans le milieu de l'architecture a été largement débattu dans les focus groupes, comme l'illustrent ces deux extraits exprimant deux positions sensiblement différentes exprimées par un enseignant et par un ADE :

« Il y a un sujet qu'on n'a pas abordé qui est très important, je vais encore enfoncer une épine dans le pied, c'est la question du statut d'auto-entrepreneur et de la mise en situation professionnelle. Parce que le problème, c'est qu'il y a une école qui l'a accepté. [...] Et on se retrouve à cautionner, alors qu'on est là pour les former au respect d'une éthique, d'une

¹ CLASSE Christophe, « Auto-entrepreneurs » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 45-64.

déontologie, d'une pratique architecturale dans le respect des règles, à autoriser la mise en situation professionnelle en ayant recours au statut d'auto-entrepreneur en sachant pertinemment que le postulant travaille pour une seule entreprise, soumis au planning de l'entreprise et avec les moyens de l'entreprise. Ce qui s'appelle du salariat déguisé (...) Et tout ça pourquoi ? Parce qu'effectivement, vous comprenez, de ne pas autoriser ce statut-là, c'est couper certains de trouver un lieu de mise en situation professionnelle. (...) Et en plus, on a questionné le ministère, au départ. Et le ministère nous a répondu : 'le statut d'auto-entrepreneur est incompatible avec la formation à l'HMONP'. Mais on passe outre. »
(Homme, Enseignant en ENSA - Focus Groupe / novembre 2020)

« Le fait de ne pas accepter les auto-entrepreneurs pour la formation, ça dépend des écoles. Mais c'est aussi fermer la porte à beaucoup de gens qui, certes, ne sont pas architectes parce qu'ils ne peuvent pas se déclarer comme ça, mais qui ont quand même fait leurs études d'architecture aussi avant. Et peut-être que ça ferme la porte aussi – vous disiez que dans les agences, les structures d'accueil, celles qui manquaient souvent étaient les petites agences –, peut-être que c'est parce qu'elles travaillent justement avec des auto-entrepreneurs et qu'elles ne peuvent pas être représentées non plus parce qu'il y a aussi cette première barrière en fait, dès le début. (...) Alors je suis d'accord que l'auto-entrepreneuriat n'est vraiment pas une solution. Ce n'est pas la meilleure des solutions et il faut, si possible, essayer d'éviter de travailler comme ça, quand on a la possibilité de passer en salariat. Mais c'est une réalité qui concerne aussi beaucoup de monde et c'est un petit peu facile de fermer les yeux en disant : 'On ne les accepte pas, comme ça, ils ne font partie du panel'. »
(Homme, ADE - Focus Groupe / novembre 2020)

Qu'il soit perçu comme une dérive favorisant le précaire, un tremplin ou une contrainte, le passage par l'auto-entrepreneuriat n'apparaît pour les enquêtés que comme une phase transitoire dans leur carrière d'architecte, une étape servant à terme à accéder à la reconnaissance du « statut » d'architecte par l'obtention du titre via l'HMONP, comme l'indique clairement cet ADE dans son mémoire : « Force est de constater que ma démarche volontaire de me construire patiemment en tant que collaborateur puis auto-entrepreneur avait atteint ses limites (...) Mon statut d'architecte non HMONP était un frein qui tôt ou tard ne m'aurait pas permis d'exercer pleinement le métier d'architecte » (Homme, 37 ans, ID 597 - Mémoire). Si le régime d'auto-entrepreneur est fréquemment adopté par les jeunes architectes, que ce soit pour exercer une activité principale ou secondaire, il n'en fait pas moins figure de repoussoir dans les modes d'exercice envisagés à terme : « La forme de la société n'est pas totalement définie, mais ce qui est certain, c'est que je ne souhaite pas m'installer en micro-entreprise ou auto-entrepreneur ! » (Homme, 35 ans, ID 408 - Mémoire). Ceci s'explique assez simplement par la précarité à laquelle est associée ce régime, mais aussi sûrement par le fait qu'il renvoie à un exercice individuel du métier dont on verra qu'il est plus largement remis en question aujourd'hui par la jeune génération. Il est d'ailleurs révélateur qu'il ne soit pas une seule fois fait mention du statut d'auto-entrepreneur dans les réponses à la question « Où vous

voyez-vous dans 10 ans ? » de l'enquête.

Architecte-homme d'affaires, architecte-artiste, architecte-manager, architecte-créateur, c'est vraisemblablement l'indétermination de la position et du travail de l'architecte¹ qui conduit à vouloir sans cesse lui accoler un nouveau qualificatif. L'objet de cette partie de la thèse n'est cependant pas de démontrer la pertinence à ajouter un trait d'union de plus faisant apparaître une « nouvelle » figure de l'architecte-entrepreneur, mais plutôt de chercher à voir s'il n'y a une logique entrepreneuriale dans l'engagement dans une carrière d'architecte.

3. Les dimensions entrepreneuriales de l'engagement dans une carrière d'architecte

Comme l'indiquent Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti et Pierre-Paul Zalio dans l'introduction du *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, le terme entrepreneur « ne va pas de soi » dans le sens où il n'est associé « à aucun monde social particulier »². Néanmoins, on peut repérer des constantes de ce que l'on nomme une « logique d'action entrepreneuriale » en ce qu'elle nécessite toujours une « projection vers l'avenir », « un rapport à l'incertitude », « une forme de contrôle sur le monde », autant d'éléments qui s'expriment à travers une importante « dimension narrative ». On peut ainsi penser que l'indétermination de la profession d'architecte et la capacité à la multipositionnalité qu'elle induit³ a conduit à développer certaines dispositions narratives chez les architectes, ce qui n'est pas sans rappeler la figure de l'entrepreneur-narrateur décrite par Anthony Galluzzo⁴. Comme le montre l'exemple du retour en grâce de la réhabilitation face à la construction neuve⁵, les architectes sont régulièrement conduits à adapter leurs pratiques dans un marché hautement concurrentiel et changeant. Ils doivent en outre sans cesse renouveler leurs discours pour légitimer ces nouvelles manières d'exercer le métier. Une partie de la profession se place alors dans une logique de production d'un discours visant à la fois à se distinguer de la pratique des autres professionnels et

¹ CHADOIN Olivier, 2013, *Op. Cit.*

² CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, 2014, *Op. Cit.*

³ CHADOIN Olivier, *Etre architecte : les vertus de l'indétermination. De la sociologie d'une profession à une sociologie du travail professionnel*, 2ème édition, Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 2013.

⁴ GALLUZZO Anthony, 2023, *Op. Cit.*

⁵ Selon les chiffres du rapport « Archigraphie » 2022, neuf architectes sur dix ont réalisé des travaux de rénovation en 2020 et deux tiers souhaiteraient développer encore plus cette activité à l'avenir. Par ailleurs, on apprend que les trois quarts des architectes interrogés déclarent avoir suivi une formation dans ce domaine lors des trois dernières années.

à redonner une « valeur symbolique à l'intervention des architectes (sur l'existant) » en mobilisant le plus souvent une rhétorique du réenchantement de pratiques auparavant jugées peu nobles selon les normes en vigueur dans le champ¹. Face à l'injonction toujours plus grande à produire du « récit » en lien avec le projet urbain², cette capacité de narration de l'architecte apparaît aujourd'hui indispensable à la pratique du métier même si elle est souvent critiquée pour sa vacuité lorsqu'elle est associée aux techniques du « marketing urbain et territorial »³.

Comme chez leurs aînés qui sont conduits à produire un discours visant à justifier la légitimité de nouvelles approches de la profession et du métier centrées sur la réhabilitation, c'est cette même injonction à mettre en récit leur engagement que l'on retrouve chez les candidats à la formation à l'HMONP en ce qu'ils sont amenés à construire un discours personnel sur la profession pour prétendre y entrer. Cette nécessité d'un côté de produire une vision singulière du métier et de l'autre de satisfaire aux attentes normatives de la profession n'est pourtant pas dénuée d'ambiguïtés comme on le verra plus loin, notamment au moment de présenter et défendre leurs convictions lors du jury de fin de formation.

On peut en outre considérer qu'entrer dans la profession d'architecte est un « acte de foi » qui implique l'expression d'un engagement personnel fort chez ceux qui empruntent cette voie, rappelant la vocation spirituelle du travail (*beruf*) de l'entrepreneur chez Max Weber⁴. Cette relation entre profession et vocation apparaît d'ailleurs comme particulièrement prégnante chez les architectes et ce en dépit des crises et des difficultés récurrentes connues par le secteur⁵. L'étymologie du terme profession renvoie en outre à la locution latine *professio* qui elle-même désigne l'idée de déclaration publique : « Le terme « profession » renvoie à des activités instituées officiellement et juridiquement encadrées. Il met l'accent sur l'efficacité symbolique de rites sociaux qui incitent les groupes professionnels à s'organiser en entités disposant du pouvoir exclusif d'exercer une activité socialement valorisée et d'en réglementer l'accès »⁶. Cette ADE affirme ainsi d'emblée dans son mémoire la nécessité d'en passer par

¹ CHADOIN Olivier, « Le champ architectural et ses marchés : un cas de « réhabilitation symbolique » », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2016/3 (N° 213), pp. 20-37, p. 25.

² BOUBA-OLGA Olivier, GROSSETTI Michel, « Le récit métropolitain : une légende urbaine », *L'Information géographique*, 2019/2 (Vol. 83), pp. 72-84.

³ CHADOIN Olivier, 2021, *Op. Cit.*,

⁴ WEBER Max, 1964 [1904-1905], *Op. Cit.*

⁵ BORGES Vera, VILLAVARDE CABRAL Manuel, « Les architectes au Portugal : entre la vocation et la profession », *Sociologie de l'Art*, 2016/1-2 (OPuS 25 & 26), pp. 153-176.

⁶ CHADOIN Olivier, « Ramau et les architectes : approches sociologiques d'une profession », *Cahiers RAMAU*, 10/2019, pp. 185-205, p. 188.

l'exercice d'une « profession de foi », qui implique un positionnement éthique, avant de prétendre pouvoir exercer le métier d'architecte :

« Il me semble essentiel dans l'exercice de notre métier de dresser une profession de foi sur ce que l'on souhaite faire au quotidien. Connaître ses besoins, ses capacités, ses envies dans la gestion d'une agence est indispensable pour évoluer personnellement et faire avancer l'équipe. Ainsi, être en accord avec soi-même sur son éthique, ses valeurs et ses relations à l'autre est une réponse essentielle à l'exercice du métier d'architecte. »

(Femme, ID 1221 - Mémoire)

L'analyse de la construction de cette éthique entrepreneuriale permet ainsi d'élargir le prisme de compréhension de la diversification des manières de concevoir la profession et de pratiquer le métier pour les futurs architectes interrogés dans l'enquête « Génération HMONP ». Afin d'appuyer mon propos, je vais principalement faire le traitement approfondi de la question ouverte 111 (« Où vous voyez-vous dans 10 ans ? ») de l'enquête par questionnaires, tout en m'appuyant plus ponctuellement sur d'autres données issues de cette recherche en mobilisant notamment des extraits tirés des mémoires de fin d'études et des discussions issues des focus groupes. L'objectif de cette analyse secondaire est donc d'identifier ce qui fonde l'éthique entrepreneuriale architecturale à travers les modes de justification de l'engagement de cette future génération d'architectes. L'HMONP apparaît en effet comme une étape clé de l'entrée dans la profession pour ceux qui souhaitent ainsi accéder au titre d'architecte et exercer à terme à leur nom propre. Il s'agira ainsi de s'intéresser à la dimension narrative et réflexive de la fabrique de l'architecte dans cette phase d'apprentissage particulière de la carrière que constitue le « moment HMONP » permettant d'accéder au statut social que procure le titre d'architecte.

4. Une vision idéale du métier dans les projections à dix ans

La question 111 de l'enquête par questionnaire invitait les répondants à se projeter à une échéance de dix ans, date à laquelle leur projet professionnel de s'installer en leur nom propre devait « idéalement » s'être concrétisé. Posée en toute fin d'un questionnaire auto-administré dont la passation était relativement longue (environ 1h en moyenne), cette question ouverte a rencontré un certain succès puisque 620 personnes y ont répondu parmi les 914 participants à l'enquête.

Il faut cependant reconnaître que pour quelques dizaines d'entre eux la réponse tient en deux ou trois mots plus ou moins explicites. 9% d'entre eux ont d'abord exprimé leur incapacité à répondre (« *je ne sais pas* », « *aucune idée* ») ou à se projeter (« *10 ans c'est loin !* ») ou ont tourné la question en dérision par des réponses hors de propos. Mais pour une grande majorité des répondants, que la réponse tienne dans une argumentation développée en quelques phrases ou dans un long paragraphe, le soin apporté à la réponse à cette question montre qu'elle faisait particulièrement sens pour de futurs architectes qui, on le verra, aspirent pour partie à renouveler la pratique du métier.

Certaines réponses traduisent cependant un certain désenchantement, pour ne pas dire un certain fatalisme, face aux difficultés qui touchent la profession (diminution de la commande publique, concurrence des autres métiers en lien avec la maîtrise d'œuvre, baisse des rémunérations, précarité des statuts des jeunes architectes...) :

« Question assez difficile compte tenu du contexte professionnel actuel... »
(Femme, 27 ans, ID 995 - Question 111)

« Compte tenu des aléas du métier et du fait que les honoraires soient de plus en plus bas, il est difficile de se projeter plus loin que 2 ans. »
(Femme, 28 ans, ID 583 - Question 111)

« Soit je suis encore dans cette structure, soit je m'installe et collabore sur certains projets. Ou alors je pars pour recommencer une nouvelle vie ailleurs. Le contexte général est à l'incertitude. »
(Homme, 32 ans, ID 1993 - Question 111)

L'extrait de mémoire qui va suivre illustre bien quant à lui ce sentiment d'incertitude dans la manière de concevoir la profession et de pratiquer le métier pour cette nouvelle génération. Il traduit par ailleurs plutôt bien la tension entre la logique « business » de l'architecte-homme d'affaires et l'approche plus « artisanale » de l'architecte-artiste évoquée précédemment :

« Les architectes en HMONP et futurs HMONP font face à des situations désespérantes telles que la chute des commandes. Il semble que nous soyons à un moment de choix, un tournant de notre situation dont dépend l'avenir : faisons-nous un business ou un acte architectural artisanal ? »
(Homme, 26 ans, ID 1041 - Mémoire)

A l'inverse, dans une logique toute entrepreneuriale consistant à transformer une situation d'incertitude en une opportunité, l'auteur de cet autre mémoire voit quant à lui dans ce contexte la possibilité de repenser la pratique du métier d'architecte :

« En tant que futur créateur d'entreprise d'architecture, et plutôt que d'y voir un horizon funeste, on peut considérer cette situation comme un contexte stimulant (...) en ce qu'il nous pousse à aller explorer de nouveaux horizons, voire d'inventer de nouvelles pratiques. »
(Homme, 31 ans, ID 1636 - Mémoire)

Suivant cette même logique, la plupart des répondants à la question 111 dont la formulation exacte était « Où vous voyez-vous dans 10 ans, idéalement ? » ont plutôt choisi de dépeindre le modèle rêvé de l'exercice de leur futur métier. L'intitulé de la question a donc inévitablement donné lieu à l'expression d'une vision « idéale » du métier d'architecte (les occurrences « dans l'idéal » ou « idéalement » reviennent d'ailleurs à elles seules 34 fois dans les réponses).

« Bonne question, mais idéalement, j'aimerais surtout exercer avec du plaisir l'architecture ! »
(Femme, 27 ans, ID 497 – Question 111)

« Idéalement, en train de construire une petite agence qui me ressemble, humaine, simple et qui avance. »
(Femme, 25 ans, ID 1096 – Question 111)

« Idéalement, j'aimerais avoir créé une société avec un ou des associés pour pouvoir exercer le métier avec des valeurs que je porte. »
(Femme, 24 ans, ID 197 – Question 111)

Derrière cette projection commune dans l'exercice en son nom propre se cache une pluralité de représentations de la profession d'architecte pour cette future génération. Cette diversité s'incarne notamment dans les voies multiples que peut prendre l'engagement dans une carrière d'architecte que ce soit dans le lieu d'installation, le type d'exercice de l'activité ou encore les modes de pratiques du métier. L'analyse du matériau empirique collecté dans le cadre de l'enquête « Génération HMONP » tend ainsi à confirmer la constitution d'une nouvelle génération qui aspire en partie à renouveler l'*ethos* professionnel des architectes. On y retrouve plus particulièrement des aspirations à construire un projet professionnel ancré dans un territoire privilégiant notamment le rural à l'urbain, à envisager des modes d'exercice qui valorisent le collectif et la coopération dans une approche pluridisciplinaire du travail, et à promouvoir des pratiques plus écoresponsables du métier qui se traduisent notamment par un regain d'intérêt pour la réhabilitation.

CHAPITRE 2

S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D'ARCHITECTE POUR S'ANCRER DANS UN TERRITOIRE

Une première raison de voir l'engagement dans une carrière d'architecte comme un projet entrepreneurial tient dans l'attention accordée au lieu d'exercice de leur métier, au sens géographique ou plutôt territorial du terme, lorsqu'ils se projettent dans l'avenir. Mes précédents travaux ont en effet montré que l'ancrage territorial est une dimension fondamentale du projet entrepreneurial¹. Il apparaît subjectivement comme l'expression d'une forme d'attachement symbolique à un territoire où l'on aurait ses racines (ville ou région natale) ou, plus objectivement, un intérêt à s'installer là où son réseau relationnel tant personnel que professionnel est dense. Face à l'injonction souvent forcée à la mobilité lorsqu'on est salarié, s'installer à son compte apparaît comme une manière de garder la main sur le choix de son lieu de travail et donc de son lieu de vie. Cette décision s'inscrit dès lors dans un projet de vie qui dépasse le périmètre de la seule sphère professionnelle.

De plus, le choix du lieu d'exercice se fonde aussi sur certaines valeurs qui s'expriment notamment dans le fait de vouloir s'installer en dehors des grandes villes dans des territoires spécifiques (ruraux, périurbains, en montagne, sur le littoral...) qui auraient d'autant plus besoin des architectes et de leurs compétences qu'ils en seraient dépourvus. On peut aussi y voir une condition nécessaire à l'exercice d'une approche alternative du métier sur des territoires extramétropolitains qui apparaissent comme plus propices à l'expérimentation², mais aussi comme des marchés moins concurrentiels que ceux des métropoles qui laissent plus

¹ REIX Fabien, « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrement relationnel et attachement symbolique », *Géographie Économie Société*, 2008/1 (Vol. 10), pp. 29-41.

² Voir le rapport « Aménager les territoires ruraux et périurbains » de Frédéric Bonnet, architecte, grand prix d'urbanisme, remis le 7 janvier 2016 à Sylvia Pinel, ministre du logement, de l'Égalité des territoires et de la Ruralité.

d'opportunités de commandes pour ceux qui s'y installent. C'est ce que laisse sous-entendre cet ADE dans son mémoire suite aux discussions avec ses camarades de promotion :

« Il ressort des sessions HMONP une commande assez importante dans les territoires dits "déprisés". Ces territoires sont de plus en plus le terrain d'action des architectes. (...) Après plusieurs échanges avec des étudiants, il apparaît que de nombreuses opportunités d'accès à la commande sont disponibles en campagne. Les récentes politiques de restructuration des communes engendrent un besoin d'architectes dans ces territoires. »
(Homme, ID 1665, mémoire)

Le phénomène semble cependant plutôt nouveau et contredit d'une certaine façon l'actuelle répartition des architectes sur le territoire qui est marquée par une forte présence de ces derniers dans les départements où se situent les grandes métropoles françaises, notamment pour les jeunes. Selon le rapport « Archigraphie 2022 », les départements de Paris, du Rhône, de la Gironde ou encore des Bouches-du-Rhône concentrent le plus grand nombre d'architectes par habitants avec plus de quatre architectes pour dix mille habitants en moyenne contre moins de deux pour les départements du centre de la France comme la Haute-Marne, la Creuse ou la Nièvre par exemple. L'enquête « Génération HMONP » ayant été menée en 2018, on ne peut pas lier ce nouvel attrait pour les territoires ruraux à un effet post-Covid, mais on peut penser que l'attractivité des architectes pour ce type de territoires va non seulement se confirmer, mais potentiellement s'amplifier dans les années à venir.

1. S'éloigner de Paris pour revenir aux racines

Sans toujours exprimer avec détail l'endroit où ils souhaiteraient s'installer (« *en province* », « *dans le Sud* », ...), les répondants précisent en revanche souvent l'endroit où ils ne voudraient *pas* exercer lorsqu'ils se projettent à dix ans. A ce petit jeu, la capitale fait souvent figure de repoussoir :

« A la tête d'une société dans lequel j'exercerai en mon nom propre en tant qu'associée. J'éviterai Paris. »
(Femme, 29 ans, ID 632 – Question 111)

« Je me vois dans une autre ville que Paris, ayant une agence d'architecture de taille assez familiale ayant accès à des projets de petite échelle. »
(Femme, 27 ans, ID 1711 – Question 111)

« *Dans une ville moins surchargée d'architectes que Paris.* »
(Femme, 25 ans, ID 1303 – Question 111)

« *En France, mais pas nécessairement à Paris, avec un réseau bien implanté* »
(Homme, 28 ans, ID 227 – Question 111)

L'exercice « parisien » du métier d'architecte est plutôt associé au monde des grandes agences et à un marché très concurrentiel où il serait plus difficile d'adopter des pratiques professionnelles perçues comme alternatives, comme exprimé clairement dans cet extrait :

« *J'aimerais travailler à plusieurs architectes, dans le cadre d'un collectif ou dans une association, travailler sur des projets de moyenne taille, pour pouvoir impliquer les habitants, les membres de la communauté, choisir des matériaux locaux et biosourcés, maintenir des savoirs constructifs par le choix de techniques et le suivi de chantier. Je pense que ce mode d'exercice est compliqué à Paris, et je voudrais m'extraire des mentalités extrêmement compétitives et des projets trop orientés marketing.* »
(Femme, 25 ans, ID 978 – Question 111)

Et si au contraire d'autres indiquent leur souhait d'exercer à Paris, ceci ne fait qu'illustrer le phénomène d'attraction/répulsion de la capitale que l'on perçoit en filigrane dans certaines réponses : « *Peut-être en province, bien que la région parisienne assure la commande, mais aussi la concurrence !* » (Femme, 24 ans, ID 1382 – Question 111). Mais, comme nous avons pu le voir dans le précédent extrait, il ne s'agit pas tant de fuir Paris que de s'installer dans un lieu où l'on pourra exprimer une certaine vision du métier en s'implantant dans un territoire dont l'échelle doit permettre de travailler au sein d'une agence à « taille humaine » sur des projets ancrés dans un territoire : « *Avoir déménagé en Région, associé dans une société de petite taille avec un associé de ma génération travaillant sur des projets locaux.* » (Homme, 27 ans, ID 994 – Question 111).

L'idée d'une installation qui se ferait « *loin de Paris* » est logiquement d'autant plus fréquente que les répondants ont eu à effectuer une partie de leur expérience professionnelle et/ou leur mise en situation professionnelle, dans le cadre de l'HMONP, à la capitale. Comme on l'a vu précédemment, choisir de s'installer « en province » correspond à une manière de concevoir l'entrepreneuriat comme une opportunité de s'affranchir d'une injonction à la mobilité professionnelle, souvent mal vécue par les jeunes générations qui cherchent ainsi à faire coïncider autant que possible opportunité professionnelle et cadre de vie¹. A titre

¹ REIX Fabien, « Créations d'entreprises et désirs d'autonomie », *Agora – Débats/Jeunesse*, N°45, 3^{ème} trimestre 2007, pp. 56-67.

d'exemple, selon les chiffres du rapport « Archigraphie » 2022, l'Île de France représente encore à elle seule près d'un tiers (32%) des architectes inscrits à l'Ordre, mais leur nombre y a baissé de 3% sur les vingt dernières années. A l'inverse, en Nouvelle Aquitaine, le nombre d'architectes a augmenté de 46% sur la même période pour représenter aujourd'hui 9% des effectifs nationaux.

Cet attachement symbolique au territoire apparaît aussi de manière plus surprenante à travers une sorte « d'effet saumon » qui pousse ces futurs architectes à spécifier vouloir s'installer au sein des territoires dont ils sont originaires : « *dans ma ville natale* », « *dans ma région natale* », « *dans le Sud, là d'où je viens* ». Cette volonté de « retour au pays » apparaît aussi, de manière moins étonnante cette fois, chez les étudiants d'origine étrangère venus faire leur HMONP en France.

« *Dans 10 ans, je me vois travailler indépendamment dans mon pays natal.* »
(Femme, 24 ans, ID 1777 – Question 111)

« *A la tête de ma propre agence au Maroc, mon pays d'origine, mais aussi un pays émergeant en plein chantier.* »
(Homme, 29 ans, ID 1733 – Question 111).

Au-delà de simplement chercher à retrouver ses racines, on peut aussi y voir l'expression d'une forme de rationalité instrumentale sachant que cet ancrage territorial recoupe souvent une forme d'encastrement relationnel. Il s'agit donc ici de mettre à profit un « capital social local »¹ dont a vu qu'il était primordial au moment de se lancer dans une activité entrepreneuriale². En effet, le projet entrepreneurial s'appuie souvent au démarrage sur les « liens forts », à savoir des relations amicales, conjugales ou familiales³, encastrement relationnel qui tend à se découpler avec le développement de l'entreprise⁴. Nous le verrons plus particulièrement encore dans le chapitre suivant consacré au mode d'association dans l'exercice du métier d'architecte. Les réponses montrent en effet que les conjoints ou amis sont souvent cités comme des partenaires privilégiés pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale.

¹ PLOCINICZAK Sébastien, 2003, *Op. Cit.*

² REIX Fabien, 2008, *Op. Cit.*

³ GROSSETTI Michel, REIX Fabien, « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel et ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*. Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 412-431.

⁴ GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François et CHAUVAC Nathalie, *Les start-up, des entreprises comme les autres ? Une enquête sociologique en France*, Paris, Sorbonne Université Presses, Coll. « L'intelligence du social. Sociologie économique », 2018.

2. L'appel du rural : entre utilité sociale et positionnement stratégique

Outre cette volonté de mettre en relation projet entrepreneurial et attachement symbolique au territoire, il s'agit pour beaucoup d'aller expérimenter l'exercice du métier d'architecte dans des espaces où son rôle peut apparaître moins évident de prime abord, comme en milieu rural ou périurbain par exemple ou encore sur d'autres territoires spécifiques. « *A la campagne* », « *en milieu rural* », « *dans le périurbain* », « *sur le littoral* », « *à la montagne* » sont les précisions territoriales les plus fréquemment exprimées.

A travers l'expression de cet attachement à un territoire, on retrouve aussi l'idée de construire un projet professionnel qui s'inscrit dans une volonté affichée de réduire les inégalités territoriales en s'installant dans des lieux qui sont perçus comme ceux qui auraient le plus besoin d'architectes. Ayant visiblement largement intériorisés l'intérêt public attribué au statut d'architecte par la loi de 1977¹, nombreux sont les répondants qui cherchent à construire leur engagement dans le métier en accord avec l'idée d'une utilité sociale de la profession d'architecte. Dans le rapport « Archigraphie » 2022, les auteurs parlent d'ailleurs de « déserts architecturaux » comme on parle de « déserts médicaux ». Si l'on cumule les « trois facteurs à risque » que sont le faible nombre d'architectes dans la région, la faible densité d'architectes par rapport à la population de la région et l'âge moyen, les départements ruraux de l'Indre, de la Nièvre, de la Creuse ou encore de la Haute-Marne apparaissent comme « des déserts architecturaux en formation ».

La référence un brin romanesque à la figure de « l'architecte de campagne » fait alors écho à celle du « médecin de campagne » et se retrouve jusque dans les réponses des enquêtés : « *Architecte dans une petite agence en Mayenne, mon département d'origine. Avec une pratique très locale : architecte de campagne* » (Femme, 30 ans, ID 1702 – Question 111). Cette volonté de s'ancrer territorialement se double la plupart du temps d'une valorisation des pratiques artisanales locales dans l'idée non seulement les prendre en considération, mais aussi

¹ La loi du 3 janvier 1977 sur l'architecture est particulièrement marquante pour la profession. Elle permet notamment de garantir la qualité architecturale notamment par l'évaluation de « l'intérêt public » dans la délivrance des permis de construire (article 1) ; de rendre obligatoire de faire appel à un architecte pour les travaux faisant l'objet d'une demande de permis de construire au-delà du seuil de 170 m² Shon – ramené à 150m² de surface plancher par la loi de 2016 (article 3) ; de préciser que seuls les architectes inscrits au tableau régional de l'ordre peuvent porter le titre d'architecte (article 9) ; d'aboutir à la création des Conseils d'Architecture d'Urbanisme et de l'Environnement (CAUE) à l'échelle départementale afin notamment de participer à la diffusion de la « culture architecturale ». Pour plus de détails, voir : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000522423>

de les intégrer dans la pratique du métier d'architecte, comme exprimé dans cet extrait de mémoire :

« Je souhaiterais fonder une pratique sobre, ancrée dans un territoire, tout en favorisant l'attention portée aux matériaux employés et la manière dont ils sont traités, me rapprocher des savoir-faire des artisans locaux pour acquérir plus de connaissances sur le traitement et la vie des matériaux. »

(Femme, 26 ans, ID 1500 – Mémoire)

Il s'agit en somme de privilégier une approche du métier qui consiste à s'appuyer sur des savoirs déjà présents localement à travers par exemple ce que l'on appelle « l'architecture vernaculaire », terme aujourd'hui largement mobilisé par une nouvelle génération d'architectes : *« Exercer en tant qu'architecte en milieu rural et travailler en collaboration avec des artisans locaux sur le sujet de l'évolution du paysage construit et du vernaculaire. »* (Femme, 29 ans, ID 1178 – Question 111). Si cet engouement pour le vernaculaire n'est pas nouveau, il est aujourd'hui porté par l'injonction au développement durable et à la transition écologique dans un secteur de la construction particulièrement pointé du doigt pour son empreinte carbone¹. Dans cette perspective, il y a aussi l'idée de répondre à des enjeux et problématiques écologiques par une pratique architecturale renouvelée, loin de métropoles décriées pour leur « éloquence improductive » en matière de transition écologique².

On voit ainsi à travers l'importance accordée à l'ancrage territorial du projet entrepreneurial se dessiner une certaine représentation de l'utile sociale de l'architecte et d'une pratique « écoresponsable » que je développerai plus loin. Ces préoccupations invitent les répondants à l'enquête à se projeter au-delà des modes d'exercices plus attendus dans les milieux urbains denses pour se tourner notamment vers les milieux ruraux. Cette tendance s'affirme d'ailleurs plus largement dans le champ professionnel avec par exemple l'attribution du Grand prix d'urbanisme 2023 à l'architecte Simon Teyssou pour « son engagement et son action en faveur des territoires ruraux et péri-urbains ». Le communiqué poursuit d'ailleurs en ces mots en insistant sur la dimension générationnelle d'une telle approche : « Tête de file d'une génération de concepteurs, il démontre qu'il est possible de réaliser des projets ambitieux, qualitatifs et créatifs dans des territoires faiblement dotés en ingénierie, peu attractifs pour le

¹ FIJALKOW Yankel, MARESCA Bruno, *L'archipel résidentiel. Logements et dynamiques urbaines*, Paris, Armand Colin, « Le siècle urbain », 2022.

² FABUREL Guillaume, *Les métropoles barbares*, Le passager clandestin, 2019.

marché et financièrement contraints »¹.

Cet attachement au lieu d'installation apparaît donc comme particulièrement prégnant chez celles et ceux qui revendiquent une manière différente de pratiquer l'architecture et trouve une résonance dans le fait de s'installer dans des territoires où les ressources financières et l'ingénierie font non seulement défaut, mais offrent aussi l'opportunité d'une approche renouvelée du métier d'architecte : « *Je souhaite poursuivre mon engagement pour un renouvellement résilient des territoires. Vu l'état de la société et de la planète, il est difficile de rêver construire une tour à La Défense !* » (Femme, 24 ans, ID 868 – Question 111). C'est aussi l'idée d'exercer dans un cadre réglementaire moins contraignant qui est sous-entendue, à tort ou à raison, dans la valorisation de la pratique en dehors des grandes villes :

« Probablement plus excentré des centres urbains. Il ne faut pas oublier que le travail doit être stimulant et non pas destructeur. La pratique doit se faire de manière ludique, et si c'est pour se battre contre des collectivités, je ne pense pas être faite pour ça. Une de mes grandes qualités est de faire le lien entre les personnes, et cette qualité je souhaite la mettre à profit d'une agence en marge des codes de la construction. »

(Femme, 27 ans, ID 1772 – Question 111)

En se projetant dans des territoires supposés moins soumis à la concurrence, on peut aussi imaginer que les répondants y voient pragmatiquement une manière de faciliter leur insertion professionnelle en tant que nouvel entrant sur le marché des architectes. Il faut reconnaître que cette dimension plus « stratégique » dans le choix du lieu d'installation a rarement été exprimée explicitement dans les réponses. Si l'on ne peut s'empêcher de penser que derrière l'attachement symbolique à un territoire se cache aussi une manière de se distinguer sur un marché architectural devenu particulièrement concurrentiel, on aurait tort d'y voir une simple logique stratégique. Ceci n'a rien de contradictoire dans le sens où il s'agit d'une illustration somme toute classique de l'articulation entre rationalité axiologique et rationalité instrumentale à laquelle nous sommes tous soumis dans nos modes de justification. La première est en effet souvent plus valorisée - et donc mise en exergue - que la seconde. Mettre à distance la dimension financièrement rémunératrice de son activité pour mieux mettre en avant sa dimension créative, comme le font souvent les architectes en est une illustration générale.

¹ Voir le communiqué sur : <https://www.ecologie.gouv.fr/grand-prix-lurbanisme-2023-est-attribue-larchitecte-urbaniste-simon-teyssou>

CHAPITRE 3

S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D'ARCHITECTE POUR DÉVELOPPER UNE APPROCHE COLLECTIVE ET PLURIDISCIPLINAIRE DU MÉTIER

Le souhait d'exercer en tant qu'architecte au sein d'un collectif de travail composé d'associés et/ou de collaborateurs est de loin celui le plus largement exprimé dans les réponses à la question « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? ». On dénombre notamment 295 occurrences cumulées pour les termes « associer », « associé.e », « association ». A l'opposé de la figure de l'architecte exerçant seul sous le régime de la profession libérale, les ADE se projettent donc plutôt sur un mode d'exercice collectif. Que la structure créée prenne la forme, déjà répandue dans le milieu, d'une « société entre associés » ou qu'elle se caractérise par l'engouement plus récent pour les « collectifs d'architectes »¹ ou les « SCOP d'architecture »², c'est aussi un modèle de travail pluridisciplinaire et coopératif de l'exercice du métier d'architecte que traduit ce « goût du collectif ».

1. Le goût du collectif

La croissance continue de l'exercice sous forme de sociétés avec associés a fini par dépasser celui des architectes libéraux en 2017, selon le rapport « Archigraphie » 2022. En 2021, 50% des architectes inscrits à l'Ordre le sont en tant qu'associés d'une société d'architecture, contre 41% en tant que libéraux, les 9% restants étant fonctionnaires, salariés, n'exerçant pas temporairement ou exerçant exclusivement à l'étranger. La part des associés en sociétés est d'ailleurs sensiblement plus importante chez les moins de 35 ans (53%) que chez

¹ MACAIRE Elise, 2015, *Op. Cit.*,

² DELAUNAY Fanny et GOURVENNEC Estelle, 2020, *Op. Cit.*

les plus de 55 ans (45%). Ce constat conduit les auteurs du rapport à qualifier cette tendance de « générationnelle » sachant qu'il ne s'agit pas d'un transfert d'un mode d'exercice vers l'autre, mais plutôt d'un mode d'exercice privilégié par les nouveaux entrants dans la profession. Ces données montrent que les aspirations à exercer le métier d'architecte dans un modèle collectif, exprimées très majoritairement dans l'enquête¹, correspondent à une tendance déjà bien réelle dans les faits.

Dans mes précédents travaux sur les entrepreneurs, la force du mythe du *self made man* conduisait plutôt à présenter la création d'une entreprise comme une aventure solitaire, même si une analyse approfondie des entretiens tendait au contraire à montrer que l'engagement dans une carrière entrepreneuriale s'appuie inévitablement sur un capital social souvent dense faisant intervenir famille, amis et relations professionnelles². Cependant, s'il y avait bien quelques cas de créations d'entreprises entre associés dans mon panel (notamment dans les entreprises innovantes de type « *start-up* »), la grande majorité des entrepreneurs interrogés dirigeaient seuls leur entreprise. La perte de vitesse du mode d'exercice en libéral et l'importance du modèle de l'agence créée entre associés, très présent dans le champ de l'architecture, change ici un peu la donne. C'est au contraire dans une aventure éminemment collective que se projettent d'emblée ces futurs architectes :

« Aujourd'hui, une agence d'architecture ne se limite plus à une personnalité à laquelle le terme associé est simplement accolé, mais bien à un "collectif", à une équipe. C'est la base de tout, et le concept qu'il faut réussir à vendre. »

(Femme, ID 517 – Mémoire)

Au-delà de l'expression d'un goût pour le collectif de cette jeune génération, il est frappant de voir que nombre de ces installations sont envisagées par le biais d'associations avec des conjoints et plus souvent encore avec des amis :

« Associée à mon conjoint, de formation architecte lui aussi. Travailler dans un secteur rural ou semi-rural. » (Femme, 29 ans, ID 235 – Question 111)

« Dans 10 ans, j'aurais validé mes diplômes français au Pérou, ce qui me permettrait de pouvoir demander une inscription à l'ordre là-bas. (...) Je me vois donc en train d'exercer dans une agence que j'aurais créée avec mon conjoint et éventuellement d'autres amis/collègues. » (Femme, 27 ans, ID 409 – Question 111)

¹ Parmi les 620 répondants qui évoquent leur futur mode d'exercice dans la question ouverte 111, seulement 8% expriment explicitement le souhait d'exercer seul, contre 21% d'indécis évoquant la possibilité d'exercer seul ou avec des associés et 53% explicitement avec des associés.

² REIX Fabien, 2008, *Op. Cit.*

« J'aurais une agence avec mon conjoint (aussi architecte) et/ou des amis. »
(Femme, 26 ans, ID 1416 – Question 111)

« A la tête d'une petite agence d'architecture avec un associé ami de longue date, dans un cadre qui nous permettrait d'exercer avec plaisir ! »
(Femme, 31 ans, ID 498 – Question 111)

« Au sein d'une agence créée avec 1 ou 2 amis architectes avec des engagements et ambitions communes. »
(Femme, 29 ans, ID 689 – Question 111)

Il est encore plus intéressant de noter que ces projets d'association « entre amis » se sont construits le plus souvent sur les bancs des écoles d'architecture avec des camarades de promotion, autour d'un projet entrepreneurial qui se nourrit de la socialisation entre pairs.

« J'aurais ouvert mon agence, en association, comme j'ai déjà pu l'évoquer, avec des personnes rencontrées pendant mes études. Ce serait plutôt une petite structure, c'est dans cette taille d'agence que je me sens le plus à l'aise pour travailler, échanger, etc. »
(Femme, 25 ans, ID 469 – Question 111)

« J'envisage mon projet professionnel en association avec un autre architecte car, pour ma part, il est essentiel de pouvoir confronter ses idées afin d'en dégager des expériences plus enrichissantes. Dans cette vision, je m'associerai avec une amie rencontrée sur les bancs de l'école. »
(Homme, 27 ans, ID 1204 - Mémoire)

« Associée avec un ou plusieurs anciens camarade(s) d'école, développant une activité orientée vers la construction écologique et l'habitat participatif. »
(Femme, 23 ans, ID 805 – Question 111)

Au-delà de l'émulation collective jugée nécessaire pour s'épanouir dans son travail, ce mode d'associations entre proches traduit aussi des accointances générationnelles dans l'importance accordée aux préoccupations écologiques dans la pratique architecturale, dimension axiologique de l'engagement dans une carrière d'architecte sur laquelle je reviendrai plus loin.

S'il reste difficile à partir de ce matériau qualificatif de borner de manière chiffrée jusqu'où va ce « goût du collectif », il convient de noter que l'expression « à taille humaine » revient de manière récurrente dans les réponses. Il est d'ailleurs intéressant d'observer que si certains déclarent avoir volontairement choisi de faire leur HMONP dans une « grande » agence, y voyant l'opportunité d'une expérience salariée formatrice, peu envisagent de reproduire à terme ce modèle entrepreneurial qu'ils associent souvent dans leurs mémoires à

une dérive du système de la commande publique privilégiant les « starchitectes »¹. Cherchant à mettre à distance les deux modèles opposés de l'architecte exerçant seul en libéral d'une part et des associés à la tête d'une grande agence fonctionnant comme une firme d'autre part, le modèle d'un collectif à taille humaine semble donc plus en accord avec leurs aspirations.

Par ailleurs, si certains projets professionnels s'inscrivent clairement dans une démarche de transmission intrafamiliale ou un rachat de l'agence dans laquelle a été effectué la mise en situation professionnelle, ces cas ne représentent que 4% des répondants au questionnaire. C'est d'ailleurs l'occasion de rappeler que le projet professionnel d'entrée dans la carrière d'architecte ne se construit évidemment pas la seule année de la formation à l'HMONP. Les racines de l'engagement dans une profession volontiers présentée sous l'angle de la « vocation » doivent évidemment être cherchées dans les dispositions sociales des enquêtées à entreprendre une carrière d'architecte, ce que ne permet pas véritablement de faire les données de l'enquête « Génération HMONP ».

De la même manière, le « projet professionnel » a nécessairement été nourri de l'ensemble des rencontres effectuées tout au long de leurs parcours, que ce soit, comme on l'a vu, avec des camarades de promotion ou encore dans le cadre des expériences professionnelles effectuées lors des stages ou des emplois exercés pendant et après son diplôme d'ADE. Certains mémoires racontent ainsi l'histoire d'une rencontre particulièrement marquante lors de la mise en situation professionnelle, comme dans cet extrait où une ADE parle de sa relation avec une tutrice décrite comme un pygmalion :

« J'ai eu la chance d'être démarchée par ma tutrice donc c'est très valorisant et motivant. Elle savait pertinemment que j'étais encore "verte", que je sortais tout juste de l'école, elle avait donc une réelle volonté de me former. (...) Dès le départ, il était clair entre ma tutrice et moi que l'objectif était de me former pour que je sois un jour autonome. Elle m'a tout de suite dit que je ferai les mêmes choses qu'elle et que j'interviendrai lors de toutes les phases d'un projet. J'apprends étape par étape et traite tous les aspects du métier : conception, administration, finances, chantier, réglementation, communication, etc. »
(Femme, ID 1114, Mémoire)

Le narratif de la rencontre apparaît d'ailleurs comme un schéma récurrent d'entrée dans le monde de la création. Une précédente enquête sur l'HMONP, centrée cette fois sur les structures accueillant des prétendants à l'habilitation lors de leur mise en situation

¹ VIOLEAU Jean-Louis, 2013, *Op. Cit.*

professionnelle (MSP), avait d'ailleurs fait ressortir ce rôle assumé et affiché de « transmission » de la vocation chez ceux exerçant le rôle de tuteur¹. Ceci n'empêchait pas pour autant de voir aussi dans l'accueil des ADE en MSP une forme d'instrumentalisation de la formation à des fins de gestion de la main d'œuvre et de stratégies de recrutement, comme l'a clairement exprimé cet ADE lors d'un focus groupe : « *Pour certaines agences, l'HMO ce n'est pas une question de transmission des connaissances, mais surtout une économie sur les salaires !* » (Homme, ADE – Focus groupe / novembre 2020).

Les mémoires permettent souvent à leurs auteurs d'aller un peu plus loin dans la justification de ce choix d'un mode d'exercice qui fait la part belle au collectif, phénomène qui s'expliquerait aussi par l'évolution de la profession selon cet ADE :

« La multiplication des intervenants, l'accroissement de la complexité technique et réglementaire ainsi que la diminution du temps du projet d'architecture ont fait évoluer la profession d'une forme plutôt solitaire vers une forme collaborative. C'est cette vision collaborative de l'architecture que je partage et cette envie de concevoir le projet, de le faire mûrir et de le faire émerger non pas seul, mais à plusieurs. »
(Homme, 25 ans, ID 1021 - Mémoire)

Lorsque les participants à l'enquête détaillent leurs réponses, on comprend que leurs ambitions vont souvent plus loin que la simple association. En plébiscitant l'installation dans le cadre de « collectifs » d'architectes ou sous forme de « coopératives », ils témoignent de leur volonté d'exercer le métier d'architecte non seulement en mettant en avant une approche pluridisciplinaire, mais aussi une certaine organisation du travail qui les rapproche du modèle de l'économie sociale et solidaire.

2. Une valorisation de la pluridisciplinarité et de la polyactivité

Dans les mémoires, l'interdisciplinarité est le sujet qui revient le plus fréquemment². Comme l'explique Olivier Chadoin « la référence au seul terme d'architecte ne suffit plus à dire ce qu'ils font »³. Le travail architectural a en effet ceci de spécifique qu'il est marqué par les jeux d'interdépendances entre professions dans l'espace de la maîtrise d'œuvre (ingénieurs,

¹ CHADOIN Olivier, REIX Fabien, STROMBONI Tana, 2016, *Op. Cit.*

² 169 titres sur les 1239 analysés évoquent explicitement ce thème.

³ CHADOIN Olivier, 2021, *Op. Cit.*, p. 169.

urbanistes, paysagistes, économistes, sociologues...) dans un champ professionnel au sein duquel l'architecte cherche à construire une forme de singularité en mettant en avant une capacité à la multipositionnalité rendue possible par l'indétermination du titre d'architecte¹. Plus encore que l'exercice collectif du métier d'architecte entre associés, il s'agit donc de défendre le modèle d'une agence d'architecture qui cherche à s'ouvrir à la pluralité des disciplines (architecture, urbanisme, paysage, économie, sociologie...) que la profession et la fabrique de l'espace et de la ville mettent en jeu². Exprimant une conception explicitement pluridisciplinaire de l'exercice du métier d'architecte et de la conduite du projet, beaucoup des participants appellent ainsi de leur vœu l'installation dans une structure qui favorise les croisements disciplinaires dans leurs réponses à la question « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? » :

« J'espère avoir réussi à formaliser cette envie de monter mon agence avec des collègues de diverses branches professionnelles. »

(Femme, 27 ans, ID 770 – Question 111)

« Je me vois en effet co-fondatrice d'une agence qui travaille l'architecture en synergie avec plusieurs autres domaines. »

(Femme, 24 ans, ID 996 – Question 111)

« En association au sein d'une société d'architecture portée à plusieurs. Entouré de collaborateurs et de nombreux co-acteurs de confiance d'horizons très variés. »

(Homme, 25 ans, ID 1519 – Question 111)

« A mon compte travaillant dans une structure composée de profils très variés qui pourraient m'apporter de précieux savoirs lors du déroulement de projets. »

(Femme, 25 ans, ID 1667 – Question 111).

La variété et la multiplicité des préfixes (*multi*, *inter*, *pluri*) accolés au terme professionnel traduisent cette ambition de fonder une agence basée sur la complémentarité disciplinaire et l'association d'une diversité de compétences professionnelles qu'elle sous-entend.

« Associé d'une structure multi-professionnelle impliquant des architectes, des ingénieurs, des urbanistes, des paysagistes, des sociologues, etc. »

(Homme, 26 ans, ID 393 – Question 111)

« Dans un regroupement inter-professionnel, composé de plusieurs corps de métier (architecte, ingénieur, artisan, économiste, sociologue...). »

(Homme, 25 ans, ID 54 – Question 111)

¹ CHADOIN Olivier, 2013, *Op. Cit.*,

² BIAU Véronique et TAPIE Guy (Dir.), *La fabrication de la ville. Métiers et organisations*, Paris, Editions Parenthèses, 2009.

« Au sein d'une équipe pluri-disciplinaire de production d'architecture, d'urbanisme, de paysage, de graphisme, de communication, de constructions, de mobilier, etc. »
(Homme, 25 ans, ID 595 – Question 111).

On retrouve ici les disciplines communément admises dans le halo de la maîtrise d'œuvre architecturale et urbaine. Mais, cette approche pluridisciplinaire implique aussi une représentation du métier d'architecte qui ne s'y limite pas : *« co-gérant d'une structure explorant la discipline architecturale en expérimentant et en faisant des ponts entre les disciplines et en ne faisant pas exclusivement de la maîtrise d'œuvre. »* (Homme, 26 ans, ID 556 – Question 111). Cette extension des domaines d'intervention de l'architecte intégré au sein d'un groupement pluridisciplinaire englobe alors l'Assistance à maîtrise d'ouvrage (AMO), l'Assistance à maîtrise d'usage (AMU), la médiation ou encore la recherche.

« Dans un groupement assez transversale - architectes, anthropologues, paysagistes, menuisiers, urbanistes... - travaillant en maîtrise d'œuvre et en accompagnement (ateliers participatifs, co-conception et co-construction, éducation à l'architecture). »
(Femme, 35 ans, ID 1720 – Question 111)

« Collectif formé de plusieurs disciplines et professions connexes à l'architecture telles que médiateur, urbaniste, paysagiste et des artisans ! »
(Femme, 25 ans, ID 607 – Question 111)

« A la tête d'un organisme pluri-disciplinaire alliant recherches, expérimentations, constructions. »
(Homme, 26 ans, ID 1107 – Question 111)

Dans ce dernier extrait la référence à la « recherche » renvoie vraisemblablement au domaine de la R&D dans un milieu qui revendique une certaine culture de l'expérimentation : *« Associé dans une agence engagée dans les questions architecturales, environnementales et sociales motivée par une ambition de l'expérimentation. »* (Homme, 26 ans, ID 1072 – Question 111). D'autres témoignent d'un intérêt pour la recherche au sens universitaire du terme. Cette dernière est alors envisagée comme une activité exercée à côté de la pratique en nom propre et souvent associée à celle de l'enseignement. Ceci illustre une autre tendance largement répandue dans le champ de l'architecture : la polyactivité¹.

« J'aimerais pouvoir mener plusieurs activités en parallèle de ma pratique, notamment dans la recherche et dans le conseil à la maîtrise d'ouvrage. »
(Femme, 28 ans, ID 673 – Question 111)

¹ MACAIRE Élise, « Des architectes dans le champ socioculturel », in BUREAU Marie-Christine, PERRENOUD Marc, SHAPIRO Roberta (Dir.), *L'artiste pluriel. Démultiplier l'activité pour vivre de son art*, Editions du Septentrion, Lille, 2009, pp. 161-171.

« Dans 10 ans, je m'imagine pouvoir exercer ce métier en mon nom propre associée à d'autres architectes qui auraient des sensibilités semblables aux miennes ou qui me complète. J'aimerais pouvoir exercer en parallèle d'une pratique pédagogique et/ou de recherche. »

(Femme, 24 ans, ID 165 – Question 111)

« Co-gérante d'une petite agence avec d'autres associés. Activités de recherche et/ou d'enseignement en parallèle. »

(Femme, 26 ans, ID 183 – Question 111).

Même si cela reste encore minoritaire dans les projections professionnelles envisagées par les répondants (et sûrement d'autant plus que notre échantillon d'enquête est constitué de candidats à l'HMONP), ce type de trajectoire professionnelle dirigée vers l'enseignement et la recherche, via notamment l'obtention d'un doctorat, apparaît de manière non négligeable dans les réponses. Cette projection reste cependant rarement pensée comme une orientation à plein temps vers le métier d'enseignant-chercheur :

« Cheffe d'entreprise et alternant entre la pratique d'architecte maître d'œuvre, enseignante et chercheuse. »

(Femme, 31 ans, ID 968 – Question 111)

« D'ici 10 ans, idéalement, j'aimerais avoir réalisé un projet de thèse et pouvoir enseigner au sein d'une ENSA et allier l'enseignement à une pratique de l'architecture indépendante, tout en s'associant librement avec des confrères, selon la taille des projets. »

(Femme, 26 ans, ID 425 – Question 111)

« Dans 10 ans, j'aurais fait une thèse, je travaillerais comme prof et je pourrais travailler dans une agence sur des contrats-recherche »

(Femme, âge non renseigné, ID 182 – Question 111)

« J'aimerais aussi enseigner en école d'architecture dans 10 ans. Et pourquoi pas avoir mené un travail de thèse entre temps pour prendre du recul sur la profession avant de monter une structure. »

(Femme, 24 ans, ID 481 – Question 111)

Par conséquent, c'est dans la perspective d'une pratique du projet architectural qui pourrait ne se faire qu'à « mi-temps » dans laquelle se projettent certains, défendant au passage l'idée d'une certaine polyvalence :

« A la campagne, à mi-temps à mon compte en parallèle d'activités annexes variées. »

(Femme, 27 ans, ID 259 – Question 111)

« Polyvalent, architecte à mi-temps au sein d'une agence d'associés. »

(Homme, 27 ans, ID 1136 – Question 111)

« En mi-temps dans la fonction publique et mi-temps de création d'agence d'architecture en association avec d'autres architectes-ingénieurs. »

(Femme, 29 ans, ID 845 – Question 111)

« Employé à mi-temps et en libéral le reste du temps, afin d'avoir mes propres projets tout en continuant d'apprendre d'une expérience en agence. »
(Femme, 27 ans, ID 1650 – Question 111)

3. Un modèle coopératif proche des valeurs de l'économie sociale et solidaire

Comme on l'a vu dans les extraits précédents, la valorisation des croisements disciplinaires est partie prenante d'une approche « collaborative » du métier d'architecte. En effet, si l'emploi du terme « collaborateur » est d'usage courant dans les agences d'architecture, il s'agit plus ici de mettre en avant une véritable éthique de la coopération¹, caractérisée par « l'idée de faire en commun ».

« Demain, je ne souhaiterais pas travailler seule, mais former ou contribuer à la formation d'un équipage aux profils variés, afin de travailler de manière collective, collaborative et pluridisciplinaire. »
(Femme, ID 1151 - Mémoire)

« C'est en travaillant dans une équipe pluridisciplinaire qu'on arrive à découvrir nos capacités d'écoute, d'échange et de communication avec les autres. C'est en collaborant avec des individus qui n'ont pas forcément le même cursus que nous qu'on arrive à apprendre des choses nouvelles et à mieux apprécier le métier d'architecte. »
(Homme, ID 1695 - Mémoire)

Au-delà de cette dimension collaborative ou coopérative, ce sont l'ensemble des registres évoqués précédemment qui se combinent dans certaines réponses et donnent à voir les affinités évidentes entre ancrage territorial, sens du collectif et goût pour la pluridisciplinarité.

« J'imagine un projet d'installation en France, en milieu rural et en association. Peut-être une organisation de type SCOP avec des architectes mais aussi d'autres corps de métiers complémentaires au notre, type bureaux d'études. »
(Femme, 28 ans, ID 250 – Question 111)

« Je serai dans une société d'architecture qui pratique l'urbanisme en équipe pluridisciplinaire et qui s'intéresserait au développement local et rural à travers la maîtrise d'œuvre urbaine et rurale ou bien dans une nouvelle forme juridique type SCOP. »
(Femme, 28 ans, ID 1241 – Question 111)

« Au sein d'une coopérative pluridisciplinaire exerçant l'architecture. » (Femme, 24 ans, ID 377 – Question 111)

¹ SENNETT Richard, *Ensemble : pour une éthique de la coopération*, Paris, Albin Michel, 2014.

Cette vision pluridisciplinaire du métier est directement liée à la forme juridique envisagée qui se tourne alors naturellement vers l'association, le collectif et même la coopérative. Ainsi, comme l'explique Elise Macaire : « dans ce cadre, le "rôle" de l'architecte se voit redéfini et repose sur une capacité à constituer un collectif de travail »¹. Dans cet extrait de mémoire, l'auteure précise justement ce qu'elle entend à travers l'idée de pratiquer au sein d'un « collectif » :

« Sur un modèle de petites structures, agiles, flexibles, regroupées en réseaux, des clusters (physiques ou dématérialisés). (...) Dans ce modèle d'organisation, chaque profession aurait son propre cadre juridique et maintiendrait ainsi son indépendance. Cette configuration apparaît opportune pour un début de carrière, puisqu'elle permettrait un équilibre entre partage des connaissances et une certaine forme d'autonomie, ce qui limiterait le risque lié à l'engagement parfois jugé trop important. » (Femme, 25 ans, ID 1392 - Mémoire)

Comme l'expliquent Fanny Delaunay et Estelle Gourvenec dans un article consacré aux Scop d'architecture : « le choix du modèle coopératif semble guidé par la volonté de rompre avec l'exercice en individuel et de redonner une dimension collective à l'exercice du métier d'architecte »². A la différence du collectif qui peut prendre des « formes hybrides et des statuts multiples »³, la coopérative est un régime juridique clairement défini et un choix privilégié pour ceux qui entreprennent au sein de l'économie sociale et solidaire. L'ambition de pratiquer différemment l'architecture défendue par les enquêtés porte en elle les mêmes valeurs d'utilité sociale, de coopération ou encore d'ancrage territorial que promeut ce secteur. Et même si la forme coopérative ne représente encore qu'une infime partie des sociétés d'architecture en France (environ 70 en 2020, soit 1% des agences⁴), elle apparaît de manière non négligeable parmi les modèles d'exercice privilégiés dans les projections à dix ans.

Signe que cette conception collective et pluridisciplinaire tend là encore à s'affirmer, on peut à nouveau citer, à titre d'illustration, l'attribution du Grand prix d'urbanisme 2022 à Franck Boutté, ingénieur et architecte de formation, dont le travail a été salué en ces mots : « pour sa démarche pionnière sur l'ingénierie environnementale des projets architecturaux, urbains et territoriaux. Sa double approche d'ingénieur et de concepteur, et son positionnement de conseil et d'assistance à maîtrise d'ouvrage, lui permettent de réinterroger les projets à l'aune de solutions innovantes mais aussi contextuelles, voire vernaculaires. Ses réalisations démontrent

¹ MACAIRE Elise, 2015, *Op. Cit.*, p. 123.

² DELAUNAY Fanny et GOURVENEC Estelle, 2020, *Op. Cit.*

³ A partir de l'étude d'une soixantaine de « collectifs d'architectes » Elise Macaire montre qu'ils peuvent prendre des formes diverses tels que des organisations informelles, des associations, des ONG ou des sociétés.

⁴ DELAUNAY Fanny et GOURVENEC Estelle, 2020, *Ibid.*

qu'il est possible de proposer des projets énergétiquement plus sobres, plus résilients face au changement climatique, mais aussi plus agréables à vivre »¹. Cette démarche visant à s'inscrire dans un territoire et à mobiliser une approche pluridisciplinaire pour tendre vers une pratique plus écoresponsable du métier correspond en effet assez bien à celle défendue par les futurs architectes interrogés dans l'enquête.

¹ Voir le communiqué sur : <https://www.ecologie.gouv.fr/grand-prix-lurbanisme-2022-decerne-m-franck-boutte>

CHAPITRE 4

S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D'ARCHITECTE POUR PROMOUVOIR UNE CONCEPTION ÉCORESPONSABLE DE LA PROFESSION

La dimension « éthique » de la pratique architecturale apparaît comme la préoccupation majeure des répondants à l'enquête « Génération HMONP » que ce soit dans les projections à dix ans, dans les mémoires ou dans les discussions lors des focus groupes. Pour certains, cette éthique renvoie à une pratique nécessairement tournée vers ceux qui sont les plus démunis en cherchant notamment à lutter contre le mal logement par l'amélioration des lieux et conditions de vie : « *A la tête d'une agence éthique ou/et d'une association qui permette d'aider les personnes dans le besoin (architecture de l'urgence, etc.).* » (Femme, 28 ans, ID 1417 – Question 111) ; « *J'aimerais réaliser des projets qui importent socialement et écologiquement. Utiliser mes compétences d'architecte pour l'intérêt général commun, traiter des sujets comme le mal logement et donc la rénovation de bâtiment.* » (Femme, 26 ans, ID 682 – Question 111). Ce positionnement éthique se place ainsi dans la continuité d'une longue tradition inspirée par le mouvement du « droit à la ville » d'Henri Lefebvre¹ qui se perpétue dans la lutte contre la « vulnérabilité résidentielle »² qui tend encore aujourd'hui à s'étendre par l'association d'une crise du logement et d'une crise climatique à l'œuvre. Mais il faut bien reconnaître que cette éthique de la pratique architecturale, qui sous-tend une dimension morale en mettant en avant des principes de justice sociale, est relativement peu exprimée dans les projections à dix ans et reste assez marginale dans les sujets de mémoires.

En effet, dans la grande majorité des cas, c'est moins la dimension morale de l'engagement que l'ambition de rester fidèle à un ensemble de valeurs personnelles que le terme « éthique » sert à désigner. Cette idée de ne pas trahir ses valeurs transparait dans de nombreux

¹ LEFEBVRE Henri, « Le droit à la ville », *L'Homme et la société*, 1967, 6, pp. 29-35.

² FIJALKOW Yankel, « Crises et mal-logement : réflexions sur la notion de « vulnérabilité résidentielle » », *Revue des politiques sociales et familiales*, 2013, 114, pp. 31-38.

extraits, comme s'il y avait toujours un risque de finir par se dévoyer et que la dimension éthique de son engagement personnel se dilue à terme dans la pratique future du métier d'architecte. Certains n'expriment parfois rien d'autre que ce souci de respecter les valeurs qui les animent lorsqu'ils se projettent dans l'avenir en tant qu'architecte.

« Architecte de projets en accord avec une éthique personnelle. »
(Homme, 26 ans, ID 801 – Question 111)

« Mon projet professionnel s'annonce moins en termes de buts à atteindre, mais plutôt en termes de valeurs que je souhaite mettre en œuvre dans ma pratique. »
(Femme, ID 536 – Mémoire)

Deux stratégies se distinguent pour satisfaire cette ambition de faire correspondre pratique et éthique. Pour les uns, il s'agit simplement de chercher à s'associer à des architectes ou des agences existantes avec lesquels ils ont des affinités sur le plan éthique.

« Associée à une structure existante, dont je partagerai la philosophie, les intérêts et les valeurs. »
(Femme, 24 ans, ID 1526 – Question 111)

« Idéalement associée avec un ou plusieurs autres architectes, dans une agence avec des valeurs qui me correspondent. »
(Femme, 29 ans, ID 79 – Question 111)

« Associée dans une agence de 5-8 personnes correspondant à mes valeurs. »
(Femme, 27 ans, ID 1047 – Question 111)

Cette posture les éloigne sans doute d'une logique proprement entrepreneuriale qui implique aussi une forme de contrôle que seule la création d'une structure *ad hoc* peut vraisemblablement satisfaire. Aussi, pour les autres, créer sa propre structure, seul ou avec des associés, apparaît précisément comme le plus sûr moyen de s'assurer de l'adéquation entre éthique personnelle et pratique professionnelle.

« Idéalement, j'aimerais avoir créé une société avec un ou des associés pour pouvoir exercer le métier avec les valeurs que je porte. »
(Femme, 24 ans, ID 197 – Question 111)

« Exercer mon métier avec les valeurs qui me portent et sur des sujets qui m'intéressent, c'est ce que j'espère faire dans 10 ans. Et pour y coller au plus près, la solution sera sûrement de monter une agence. »
(Femme, 24 ans, ID 481 – Question 111)

Il y a effectivement une logique proprement entrepreneuriale à considérer que la création de sa propre entreprise permettra de donner du sens à son travail et au-delà de satisfaire des

valeurs qui font de ce projet professionnel un véritable projet de vie. Mais alors quelles sont les valeurs qui animent ceux qui s'engagent dans une carrière d'architecte aujourd'hui ?

1. Manifeste pour une architecture écoresponsable

La dimension éthique de l'engagement est le plus souvent associée à l'expression d'une forme de « responsabilité » qu'implique le métier d'architecte : « *Je me vois en effet cofondatrice d'une agence qui travaille l'architecture en synergie avec plusieurs autres domaines. Pour donner une idée, je pense que qu'elle sera orientée vers l'architecture responsable.* » (Femme, 24 ans, ID 996 – Question 111). Cette responsabilité se traduit le plus souvent par la valorisation d'une architecture dite « écologique » ou « durable ». Et même si ces termes ne se valent pas dans l'absolu, c'est plus globalement l'idée d'une pratique « écoresponsable » qui est mise en avant :

« Exercer en mon nom propre en association avec d'autres architectes dans une agence entre 5 et 15 personnes dans le domaine de l'architecture écologique. »

(Femme, 27 ans, ID 1537 – Question 111)

« Dans 10 ans, j'aurai une agence avec 2 ou 3 associés qui proposera des projets vertueux et écologiques sur des logements individuels, petits logements collectifs et petits équipements publics dans la région lyonnaise. »

(Femme, 27 ans, ID 30 – Question 111)

Il est intéressant de noter que cette approche écologique de la pratique architecturale est parfois associée à un autre type de pratique valorisant une dimension « participative » qui laisse sous-entendre une certaine affinité dans les valeurs que ces deux démarches mobilisent.

« Aux alentours de Millau, en mon nom propre, concevant et réalisant des projets à l'échelle humaine, en rencontrant les habitants et usagers, et en construisant de manière raisonnée et écologique. »

(Femme, 24 ans, ID 900 – Question 111)

« Associée avec un ou plusieurs anciens camarade(s) d'école, développant une activité orientée vers la construction écologique et l'habitat participatif. »

(Femme, 33 ans, ID 805 – Question 111).

Dans un contexte où la préservation de l'environnement, la lutte contre le réchauffement climatique et les injonctions à la transition sont présentées comme les principaux enjeux auxquels doivent faire face les architectes, il n'y a rien d'étonnant à les voir s'exprimer parmi

les réponses de cette jeune génération dont on connaît l'engagement en la matière. Prendre le tournant de la transition écologique s'apparente alors à un véritable devoir pour cette nouvelle génération, et ce d'autant plus qu'elle sait que la profession ou plus précisément les activités de construction participent largement de cette détérioration de l'environnement¹.

« Je souhaite développer une pratique écologiquement et socialement responsable. Le domaine de la construction étant l'un des polluants majeurs, je ne peux envisager une pratique qui ne tienne pas compte des enjeux écologiques. »

(Femme, ID 1079 – Mémoire)

Ces architectes en devenir se sentent ainsi investis d'une certaine responsabilité vis à vis de la préservation de la planète. C'est implicitement un changement de modèle professionnel et une nouvelle donne architecturale que ces futurs architectes appellent de leur vœu.

« Si l'on accepte la disparition programmée de l'architecte tel qu'on le connaît aujourd'hui, je crois que nous avons la possibilité de faire évoluer ce métier pour qu'il perdure. Il ne s'agit donc pas d'être réfractaire aux évolutions de notre société, mais plutôt de les anticiper et d'en être partie prenante afin d'être les acteurs d'une évolution globale plus positive, respectueuse et harmonieuse. » (Femme, ID 434 – Mémoire)

« Avoir réussi à faire de l'architecture comme je la vois et pas comme la norme nous l'impose. (...) Etre en phase avec moi-même, et voir les choses, notamment dans mon métier, s'améliorer dans la prise en compte de notre responsabilité vis à vis de ce monde. On est censé construire un monde, pas le détruire, ni le dénaturer. »

(Homme, 28 ans, ID 400 – Question 111)

Il serait injuste de dire que les architectes n'ont pas déjà pris en considération ces préoccupations écologiques dans leurs pratiques. Mais, les débats qui animent actuellement la profession autour de projets dits « écologiques » qui témoigneraient en réalité d'une forme de *greenwashing*² montrent qu'on est encore loin d'un *aggiornamento* et que cette nouvelle approche du métier n'est pas encore la norme comme le laisse sous-entendre la précédente citation. Le mouvement pour la « frugalité créative et heureuse », constitué suite à la publication du manifeste éponyme en janvier 2018 par les architectes Dominique Gauzin-Müller et Philippe

¹ Bien que difficile à évaluer selon les éléments qui sont pris en considération dans le bilan carbone, le secteur de la construction apparaît comme un poids lourd des émissions de CO₂. Selon l'organisation indépendante « Architecture 2030 », le secteur de la construction génère à lui seul 40% des émissions mondiales annuelles de CO₂ en 2022. Ce calcul inclue les émissions des opérations de construction elles-mêmes (27%) mais aussi celles des industries qui lui sont liées (13%).

² Voir notamment l'article de Mathias ROLLLOT, « Architecture et greenwashing. Ou comment biodiversifier le béton » paru dans *lundimatin*#388, le 18 juin 2023.

Madec ainsi que l'ingénieur Alain Bornarel¹, peut apparaître de ce point de vue comme une source d'inspiration de cette architecture écoresponsable.

« A travers le modèle du low tech, l'architecture frugale envisage une nouvelle relation à l'usager qui doit réévaluer ses besoins au plus juste. "Faire mieux avec moins" devient la nouvelle devise d'une architecture engagée. »
(Femme, ID 1390 – Mémoire)

2. Une pratique écologique mettant en avant les matériaux durables

Cette défense d'une architecture écoresponsable s'incarne aussi dans la pratique. Mis en avant dans la réglementation environnementale (RE 2020²) afin de répondre aux enjeux de développement durable et de réduction de l'empreinte environnementale dans la construction comme dans la rénovation, l'usage des matériaux biosourcés et géosourcés est aujourd'hui largement encouragé même si les filières apparaissent encore peu structurées. On pourrait ainsi y voir une manière d'anticiper une réglementation qui vise à promouvoir une production architecturale plus vertueuse, comme l'illustre l'exemple du « label du bâtiment frugal bordelais », promu en janvier 2021 par la municipalité de Bordeaux, sous l'impulsion d'une nouvelle mandature qui a fait de l'écologie une priorité. Mais, ce type de référentiel est encore loin d'être contraignant pour les architectes comme pour les promoteurs.

Aussi, on peut penser qu'à travers la valorisation de l'emploi de matériaux bio ou géosourcés, exprimée de manière fréquente dans les réponses, c'est une approche écologique, au sens durable, de la pratique architecturale qui est recherchée : *« Associée dans une agence avec des projets dans le domaine du logement et privilégiant des matériaux durables. »* (Femme, 27 ans, ID 1156 – Question 111). Si cet engagement écologique se traduit le plus souvent par le souhait de privilégier une activité centrée sur la réhabilitation, jugée plus vertueuse que la construction, il peut aussi se traduire par l'ambition de croiser les deux approches : *« Associée, exerçant en mon nom propre, travaillant sur des projets de particuliers en majorité des cas, en neuf et rénovation, avec une démarche écologique et l'emploi de matériaux biosourcés ».* (Femme, 29 ans, ID 1374 – Question 111).

¹ Voir le « Manifeste pour une frugalité heureuse et créative » (<https://frugalite.org/manifeste/>).

² En 2020, la France passe d'une réglementation thermique à une réglementation environnementale, la RE2020, plus ambitieuse et exigeante pour la filière construction. Voir : <https://www.ecologie.gouv.fr/reglementation-environnementale-re2020>

L'utilisation des matériaux bio ou géosourcés est aussi souvent associée à une approche bioclimatique mettant là encore en avant l'idée de « construire durablement » :

« Idéalement je me vois travailler sur des projets de maisons individuelles dans le domaine du bioclimatique, des matériaux bio et géo sourcés. »

(Femme, 29 ans, ID 1085 – Question 111)

« Société d'architecture en collaboration avec 1 associé. Agence de taille réduite qui exerce dans le marché public et l'habitat particulier essentiellement. Architecture biosourcée et bioclimatique. »

(Femme, 26 ans, ID 445 – Question 111)

Cette approche bioclimatique peut ainsi être directement mise en lien avec la volonté d'ancrer sa pratique sur un territoire comme évoqué précédemment. En effet, le « bioclimatisme », intégrée parfois dans les termes plus englobant d'écoconception ou d'écoconstruction, implique de tirer le meilleur parti du site et de l'environnement sur lequel on intervient et donc d'accorder une importance particulière à la manière dont les projets s'intègrent dans le territoire à tous les niveaux. Encore une fois, il ne s'agit pas de dire que ces pratiques sont foncièrement nouvelles, mais simplement qu'elles sont particulièrement mises en exergue par les répondants. On pourrait même y voir, comme dans le cas de la réactivation de pratiques vernaculaires, des formes de « retro-innovation » qui seraient caractéristiques de « l'entrepreneuriat écologique »¹.

Loin de faire l'apologie d'une forme d'auto-construction qui pourrait se passer des compétences de l'architecte, ou pour le dire autrement d'une « architecture sans architectes »² qui participerait à étayer la thèse d'une « déprofessionnalisation »³, c'est au contraire la nécessité de s'entourer et/ou d'acquérir de nouvelles compétences qu'affirment les tenants de cette architecture écologique. Comme évoqué précédemment, ce sont à nouveau les vertus d'un exercice collectif et pluridisciplinaire du métier d'architecte qui sont privilégiées pour prétendre maîtriser l'ensemble des compétences nécessaires à la pratique d'une telle architecture écoresponsable. C'est aussi l'occasion de réaffirmer au passage l'importance de l'ancrage local dans une collaboration étroite avec l'ensemble des acteurs de la filière.

¹ MARSDEN Terry et SONNINO Roberta, « Agriculture ou nouvelle économie agraire ? Les réseaux alimentaires locaux dans le Sud-Ouest de l'Angleterre », in MOLLARD Amédée (Ed.), *Territoires et enjeux du développement régional*, Versailles, Éditions Quæ, « Update Sciences & Technologies », 2006.

² Pour reprendre le titre resté célèbre de l'ouvrage de Bernard RUDOLFSKY, *Architecture sans Architectes : brève introduction à l'architecture spontanée*, Editions du Chêne, 1977.

³ CHAMPY Olivier, 2001, *Op. Cit*

« En province, peut-être en milieu rural à faire des projets à échelle locale, dans une pratique de proximité. En mettant en œuvre une conception et des techniques de construction écologiques. Pourquoi pas à mon compte mais dans un mode collectif. »

(Femme, 31 ans, ID 1281 – Question 111)

« Au sein d'une structure / réseau pluridisciplinaire et collaboratif, engagé pour une architecture respectueuse de notre environnement. »

(Femme, 35 ans, ID 40 – Question 111)

« Je me vois associé d'une agence qui rassemble les savoir-faire d'architectes mais également d'ingénieurs en BET et de conducteurs de travaux, afin de mettre en place une synergie entre ces différents savoirs, et œuvrer pour des bâtiments durables avec une équipe impliquée et compétente. »

(Homme, 26 ans, ID 92 – Question 111)

S'il s'agit plus dans ce dernier extrait de constituer un réseau professionnel spécialisé, c'est bien l'idée d'« intégrer » – le verbe choisi dans l'extrait qui va suivre est important – un vaste ensemble de compétences au sein du collectif qui est recherchée, dans un contexte où les injonctions à changer les pratiques dans tous les domaines rendent les projets nécessairement plus complexes :

« Dans le contexte de transition écologique, économique et sociétale dans lequel nous vivons aujourd'hui, il me semble nécessaire d'intégrer toutes les compétences qui permettent de répondre de la manière la plus juste à un projet au sein de ma future équipe : ingénierie structure et fluides, économie, ingénierie environnementale, sociologie, paysagiste, etc. »

(Femme, ID 1263 – Mémoire)

Au-delà de la mise en synergie de profils complémentaires, c'est aussi la nécessité de continuer à se former tout au long de la vie qui est jugée nécessaire pour prétendre pratiquer cette architecture écoresponsable :

« Acquérir une culture architecturale et m'orienter vers des techniques constructives artisanales et locales, respectueuses de l'environnement, tout en prenant compte de l'évolution technologique et technique de la construction. Monter une structure hybride avec des architectes et d'autres professions (ingénierie, droit, sociologie) afin d'appuyer nos projets vers une profession captivante et un bien-être commun. »

(Femme, 26 ans, ID 682 – Question 111)

Certains évoquent même le souhait de participer à la transmission des connaissances acquises dans ce domaine en parallèle de leur pratique : *« En complément d'activité à la maîtrise d'œuvre traditionnelle, j'aimerais encadrer et proposer des formations sur des chantiers participatifs écologiques. »* (Femme, 29 ans, ID 1374 – Question 111). Pour preuve qu'il ne

s'agit pas seulement pour ces futurs architectes d'assumer un rôle d'assembleur et/ou de « chef d'orchestre », il est utile de rappeler que dans l'enquête 72% ont affirmé leur volonté de réaliser d'autres formations complémentaires après l'HMONP. Celles visant à monter en compétences sur l'usage des matériaux biosourcés et géosourcés et plus largement les principes de l'écoconstruction sont les plus fréquemment citées (28%).

3. Le regain d'intérêt pour la réhabilitation comme expression de l'engagement écologique

Les préoccupations écologiques de cette génération se concrétisent aussi dans la valorisation d'une pratique tournée vers la réhabilitation, la rénovation ou encore le réemploi, jugées comme plus compatibles avec cette aspiration à une pratique écoresponsable du métier. Il y a évidemment une certaine logique à ce que cette volonté d'adopter une pratique architecturale plus vertueuse sur le plan écologique se traduise par une plus grande appétence pour le travail sur l'existant. Parce qu'elle permet de satisfaire aux enjeux écologiques de lutte contre l'étalement urbain, l'artificialisation des sols et de préservation des ressources, la réhabilitation semble ainsi largement privilégiée par les répondants. Ce regain général d'intérêt pour les activités dites d'entretien et de rénovation¹ au regard du neuf est d'ailleurs confirmé par le rapport « Archigraphie » 2022. En effet, la part des opérations qui concernent des rénovations ou des extensions de bâtiments existants dans l'activité des architectes n'a cessé d'augmenter ces dernières années pour devenir aujourd'hui largement majoritaire (61% pour la rénovation contre 39% pour le neuf en 2020).

Signe d'une dynamique à l'œuvre, ce rapport montre que la part de l'activité qui concerne le secteur de la réhabilitation est proportionnellement plus importante chez les jeunes architectes que chez leurs aînés. 87% des architectes de moins de 35 ans déclarent ainsi que les activités de rénovation correspondent à 50% ou plus de leur chiffre d'affaires (dont 31% pour qui cela représente 100% de l'activité) contre 73% des 55-64 ans (dont 24% pour qui cela

¹ Selon cette enquête, le champ de la rénovation concerne principalement des « missions de maîtrise d'œuvre pour de la rénovation, y compris énergétique », des « missions d'études pour de la rénovation, diagnostic de l'existant et préconisation de travaux », des « missions d'études ou de maîtrise d'œuvre pour un projet de surélévation ou d'extension ». Et si les types de bâtiments sur lesquels les architectes peuvent intervenir sont multiples (logement privé ou collectif, bureaux et commerces, équipements publics...), leurs prestations s'opèrent essentiellement dans le logement individuel privé. (Source : Archigraphie 2022)

représente 100% de l'activité). De plus, la rénovation est une activité plus importante chez les femmes architectes que chez les hommes, ce qui peut être en lien avec la féminisation de la profession. 81% des femmes indiquent que la part du chiffre d'affaires issue de la rénovation est supérieure à 50% (dont 32% pour qui cela représente 100% de l'activité) contre 71% des hommes (dont 25% pour qui cela représente 100% de l'activité). Enfin, si le manque de clientèle et la plus faible rentabilité de ces opérations sont exprimés comme des freins à leur développement, 62% des enquêtés souhaiteraient réaliser davantage de missions de rénovation.

Comme l'approche écologique à laquelle elle est attachée, la pratique d'une activité centrée sur la réhabilitation est une nouvelle fois envisagée à travers une pratique collective et pluridisciplinaire :

« Associée dans une agence à une équipe pluridisciplinaire qui possède des compétences pour travailler sur l'existant. »

(Femme, 25 ans, ID 1130 – Question 111)

« Idéalement, en collaboration avec d'autres architectes pour des projets de réhabilitation. »

(Femme, 29 ans, ID 1252 – Question 111)

Force est de constater que la conception d'une pratique architecturale qui privilégie l'intervention sur l'existant a fait des émules si l'on en croit la récurrence de l'emploi des termes « réhabilitation » ou « rénovation » dans les projections à 10 ans.

« En France, à travailler sur la réhabilitation de l'existant, de manière écologique et locale. »

(Femme, 28 ans, ID 899 – Question 111)

« Associée avec un(e) architecte, dans une petite structure. Type de marché : public ou privé, plutôt de la rénovation. »

(Femme, 28 ans, ID 283 – Question 111)

« En Bretagne, avec une petite agence travaillant sur la rénovation. »

(Homme, 24 ans, ID 1365 – Question 111).

De manière plus spécifique, mais dans la continuité d'une revendication à pratiquer une architecture plus écoresponsable, certains expriment aussi le souhait de se spécialiser dans le réemploi :

« Dans une structure associative permettant avec d'autres professionnels de nous engager dans la filière du réemploi par exemple. »

(Femme, 25 ans, ID 1382 – Question 111)

« À la tête d'une agence d'architecte, avec deux associés au minimum, afin de répondre à des problématiques architecturales de particuliers ou de communes, par la question de l'exploitation du préexistant ainsi que du recyclage et du réemploi dans les chantiers de déconstruction. »

(Homme, 29 ans, ID 1299 – Question 111)

C'est sans surprise dans les mémoires que l'on retrouve les justifications les plus abouties d'un tel engagement qui passe, une fois encore, par la constitution d'un collectif, comme ici sous la forme d'une coopérative :

« Nous pensons que l'architecture d'un demain qui paraît de plus en plus incertain doit s'inscrire dans une économie à la fois de moyens et de ressources. Nous essayons dans nos projets d'utiliser un maximum de ressources du réemploi, du déjà là, locales ou recyclées. (...) C'est d'ailleurs dans cette idée de la déconstruction et du réemploi des matériaux, des objets, du déjà là, du local dans la production de l'architecture de demain que j'inscris mon projet professionnel. En effet, depuis 5 ans, un collectif de jeunes architectes s'est matérialisé autour de moi, au nombre de 6 et déjà en activité. Nous avons construit, participé à de nombreux concours, qu'il s'agisse d'appels à idées ou de concours publics. Nous nous posons en opposition face à la surconsommation de matière, de ressources et d'énergie dans la construction. Nous produisons pour cela une architecture basée sur le réemploi, les low tech, les savoir-faire et les matériaux locaux. »

(Homme, ID 1734 – Mémoire)

Comme vu précédemment, cette pratique implique aussi d'en passer par la formation pour répondre aux nouveaux enjeux d'une pratique architecturale nécessitant de nouvelles compétences :

« La rénovation sera, si ce ne l'est pas déjà, un enjeu dans les prochaines années, en particulier d'un point de vue écologique et énergétique. Ce sont des connaissances supplémentaires à acquérir lors de formations, mais qui me semblent essentielles avec l'évolution de la profession. »

(Femme, ID 469 – Mémoire)

De manière assez contre-intuitive cette pratique de la réhabilitation n'est pas nécessairement envisagée dans un cadre urbain où le stock de bâtiments à réhabiliter apparaît pourtant important. En effet, la quasi-totalité de ceux qui expriment le souhait de s'engager dans cette voie souhaitent plutôt l'expérimenter dans le cadre d'une installation en milieu rural, comme le laissait déjà transparaître la plupart des citations précédentes. Aussi, comme on l'a vu, les nouveaux usages des matériaux bio ou géosourcés impliquent encore bien souvent des formes d'expérimentation dans leur mise en œuvre. Le milieu rural, perçu comme plus propice à l'innovation, est alors privilégié pour éprouver ces nouvelles pratiques :

« En train de réhabiliter et reconvertir des anciens bourgs abandonnés en testant des techniques de réemploi et de matériaux biosourcés. C'est un projet qu'on aurait idéalement avec copain également architecte dans la même agence que moi. (...) Dans une démarche collective et pluridisciplinaire. »

(Femme, 25 ans, ID 860 – Question 111)

On l'a vu, la réhabilitation n'a plus rien d'une niche et ne cesse de progresser en France depuis les années 1990. On peut ainsi considérer que les répondants à l'enquête, en tant que futurs nouveaux entrants dans le champ de l'architecture, y voient sûrement autant une manière de satisfaire leur engagement écologique que de s'adapter à l'évolution de la commande. Ce développement des activités de rénovation dans la pratique architecturale est la conséquence d'un double mouvement : d'une part l'adaptation objective aux lois du marché face à la chute de la commande publique de production de logements neufs et d'autre part la construction d'un discours de « réhabilitation symbolique de la réhabilitation » au sein de la profession d'architectes¹. L'attribution en 2021 du prix *Pritzker* aux architectes Anne Lacaton et Philippe Vassal qui pratiquent une architecture essentiellement tournée sur l'existant va dans le sens de la reconnaissance de cette pratique dans le champ architectural. Considérée traditionnellement comme peu noble au regard de la construction neuve parce qu'elle permet moins l'expression du « génie créatif », l'intervention sur l'existant retrouve ainsi grâce aux yeux d'une nouvelle génération d'architectes qui semble vouloir s'éloigner du geste architectural extraordinaire :

« Je me suis ainsi rendu compte de plusieurs facteurs appuyant la démarche du travail architectural (...) sur l'existant. Se renouveler et évoluer, par la possibilité donnée aux architectes de travailler sur ce stock à disposition, de le transformer, le réhabiliter, de recréer et façonner les villes de demain ; mais surtout que leur intervention, stimulée par la reconquête du "déjà-là", de cette architecture "usuelle", commune, inscrit la profession dans une démarche écologique, environnementale et énergétique, en lien avec les questions actuelles et problématiques de notre société. Il s'agirait dès lors d'upgrader l'existant, au travers de la reconquête du banal, de l'ordinaire, versus l'architecture extraordinaire. »

(Femme, ID 899 - Mémoire)

L'emphase avec laquelle s'exprime cette ADE et l'emploi d'un vocabulaire qui a tous les attributs d'une novlangue (« *upgrader l'existant* ») n'est d'ailleurs pas sans rappeler les discours de réenchantement des nouveaux parangons du travail sur l'existant cités par Olivier Chadoin tels que Nicolas Michelin défendant le « génie du lieu » dans son approche du projet urbain². Cet extrait témoigne ainsi parfaitement de cette logique narrative entrepreneuriale qui cherche à donner de la légitimité et une force symbolique à son engagement.

¹ CHADOIN Olivier, 2016, *Op. Cit.*

² *Ibid.*

On peut par ailleurs directement mettre en relation le renouveau de la réhabilitation avec la nécessité d'adopter une pratique « écoresponsable ». En effet, selon le rapport « Archigraphie » 2022, parmi les motivations qui poussent à privilégier la rénovation comme alternative à la démolition, la protection du patrimoine et l'engagement écologique sont les deux principales, avec respectivement 91% et 84%. Pourtant, si l'on se fie cette fois aux occurrences des réponses de l'enquête « Génération HMONP », lorsqu'il s'agit de se projeter à dix ans, c'est plutôt l'engagement écologique qui prime même si ces deux raisons sont présentées parfois comme les deux faces d'une même ambition : « *Plutôt en milieu rural. En collaboration avec d'autres corps de métier. L'atelier aura comme ligne de conduite l'écologie et le développement durable, la remise en valeur des constructions locales et du patrimoine ordinaire.* » (Femme, 36 ans, ID 1248 – Question 111).

Si la spécialisation comme « architecte du patrimoine » est par ailleurs considérée de manière non négligeable comme une voie d'insertion professionnelle possible à terme (une douzaine d'occurrence dans les réponses à la question « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? »), elle est exprimée de façon assez lapidaire, comme si cette précision suffisait à décrire quel type d'architecte on souhaite être. Peut-être faut-il y voir un mode d'exercice déjà reconnu dans la profession qui ne nécessite pas pour l'ADE d'entrer dans une logique de justification de ce choix ou encore un mode d'exercice salarié qui lui fait perdre sa dimension entrepreneuriale et donc narrative. A l'inverse, la mise en avant d'une aspiration à donner une dimension écologique à sa pratique appelle souvent une argumentation plus poussée et apparaît dès lors comme un élément constitutif de l'éthique entrepreneuriale de cette jeune génération.

La génération d'une nouvelle éthique professionnelle ?

Même si les liens n'apparaissent pas évidents de prime abord, on peut voir à travers l'analyse croisée des motifs de l'engagement dans une carrière d'architecte qu'il y a une véritable cohérence à se projeter dans la profession en s'installant dans un lieu qui participe d'une forme d'ancrage local, en privilégiant un mode d'exercice coopératif considéré comme nécessaire à la mise en œuvre d'une conception collective du travail architectural qui valorise en outre une architecture écoresponsable. La présentation d'une compilation de réponses à la question « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? », livrées ici dans leur version intégrale, illustre la manière dont les enquêtés combinent ces différents registres d'action de manière idéal-typique :

« Je serai dans une société d'architecture qui pratique l'urbanisme en équipe pluridisciplinaire et qui s'intéresserait au développement local et rural à travers la maîtrise d'œuvre urbaine et rurale ! (ou bien dans une nouvelle forme juridique type SCOP). J'aurais également fait des projets de maîtrise d'œuvre architecturale et j'aurais donc des connaissances techniques poussées en réhabilitation de bâti ancien donc je pourrai faire mon projet personnel d'habitat participatif ! Et oui, tout ça ! »

(Femme, 28 ans, ID 1241 – Question 111)

« J'aimerais travailler à plusieurs architectes, dans le cadre d'un collectif ou dans une association, travailler sur des projets de moyenne taille, pour pouvoir impliquer les habitants, les membres de la communauté, choisir des matériaux locaux et biosourcés, maintenir des savoirs constructifs par le choix de techniques et le suivi de chantier. Je pense que ce mode d'exercice est compliqué à Paris, et je voudrais m'extraire des mentalités extrêmement compétitives et des projets trop orientés marketing. »

(Femme, 25 ans, ID 1738 – Question 111)

« Idéalement, dans 10 ans je me vois en Province et non plus à Paris, ayant monté une société d'architecture d'entre dix et quinze personnes, avec mes deux autres associés, spécialisés en sociologie et communication, et en architecture expérimentale et bioclimatique. Le credo de l'agence serait d'allier les compétences de chacun tout en restant local et en développant des techniques en accord avec les principes bioclimatiques de la région où l'on se situe. »

(Femme, 27 ans, ID 1153 – Question 111)

« J'aimerais réaliser des projets qui importent socialement et écologiquement. Utiliser mes compétences d'architecte pour l'intérêt général commun, traiter des sujets comme le mal logement et donc la rénovation de bâtiment. J'ai conscience que cela n'est pas un marché très lucratif, aussi la réhabilitation de bâtiments existants particulier ou public m'attire. Acquérir une culture architecturale et m'orienter vers des techniques constructives artisanales et locales, respectueuses de l'environnement, tout en prenant compte de l'évolution technologique et technique de la construction. Monter une structure hybride avec des architectes et d'autres professions (ingénierie, droit, sociologie) afin d'appuyer nos projets vers une profession captivante et un bien-être commun. »

(Femme, 26 ans, ID 682 – Question 111)

Si comme tout profil idéal-typique, il ne peut satisfaire les subtilités des modes de justification de l'engagement exprimés par chacun, il n'a pour fonction que d'offrir une illustration à grands traits des ambitions de cette jeune génération de réussir à renouveler le modèle professionnel de l'exercice du métier d'architecte pour mieux trouver sa place dans le champ architectural.

L'ambition de renouveler la profession

Derrière la volonté commune d'exercer à terme en « son nom propre » qu'est censée incarner l'inscription à l'HMONP se cachent donc des représentations sensiblement différentes de la profession et de la pratique du métier d'architecte qui éloignent en partie les enquêtés de la figure « canonique » de l'architecte¹ exerçant seul, en libéral. Olivier Chadoin insiste cependant sur la persistance du poids « symbolique » de ce modèle libéral, même s'il ne correspond plus vraiment à la réalité d'une profession qui n'a par ailleurs rien d'unitaire² et serait d'abord caractérisée par son « hétéronomie »³. Isabelle Chesneau rappelle quant à elle que l'abandon progressif du régime de la profession libérale ne doit pas être confondu avec le caractère « libéral » d'une profession d'architecte encore largement associée aux valeurs d'indépendance et de désintéressement⁴.

Le champ professionnel de l'architecture tend ainsi à progressivement se recomposer tant par le changement de son recrutement social que par la diversification des modes d'exercice et des pratiques qui traduisent les figures plurielles qu'incarne l'architecte aujourd'hui dans les faits. Si certains y voient les signes d'une menace pour une profession qui, incapable de construire sa singularité, risque de se segmenter voire de se « déprofessionnaliser »⁵, cette indétermination du rôle de l'architecte semble aussi avoir des vertus⁶, notamment celle de laisser l'opportunité de proposer différentes manières de concevoir son engagement dans la profession et de pratiquer le métier pour les nouveaux entrants.

¹ BIAU Véronique, 1998, *Op. Cit.*

² CHADOIN Olivier, 2021, *Op. Cit.*

³ MONTLIBERT Christian (de), 1995, *Op. Cit.*

⁴ CHESNEAU Isabelle (Dir.), *Profession architecte*, Paris, Eyrolles, 2019, p. 73.

⁵ CHAMPY Olivier, 2001, *Ibid.*

⁶ CHADOIN Olivier, 2013, *Op. Cit.*

La future génération d'architectes interrogée dans le cadre de l'enquête « Génération HMONP » semble en effet avoir renoncé à croire en l'unité, même symbolique, de la profession d'architecte. Ceci l'autorise dès lors à envisager un modèle renouvelé de l'exercice et de la pratique du métier d'architecte vraisemblablement plus en phase avec les convictions et les préoccupations qui sont les siennes, notamment face au tournant de la transition écologique qu'il juge impératif de prendre pour la profession. On peut ainsi considérer que ces futurs architectes sont animés par une nouvelle éthique entrepreneuriale non seulement parce qu'elle procède d'une projection dans l'avenir, d'une propension à gérer l'incertitude et d'une narration de soi - qui sont autant d'éléments typiques d'une logique entrepreneuriale - mais aussi parce qu'en défendant une approche alternative du métier d'architecte, ils se placent indéniablement dans une posture d'innovateur cherchant à se distinguer pour se positionner dans le champ architectural. Plus pratiquement encore, on perçoit bien que c'est lorsqu'ils envisagent leur installation en leur nom propre par la création de leur propre structure qu'ils arrivent le mieux à se projeter dans une vision personnelle de la profession et du métier, fidèle à leurs ambitions et leurs valeurs. Pour la plupart des répondants, l'acte d'entreprendre apparaît donc comme une nécessité pour satisfaire leurs aspirations éthiques et leurs souhaits de voir se renouveler la profession. C'est en cela que l'on peut parler de la construction d'une véritable éthique entrepreneuriale chez ces architectes en devenir.

Quelle place pour le travail ?

La possibilité d'envisager l'exercice du métier d'architecte dans une agence fonctionnant comme une entreprise est aujourd'hui largement admise. Cependant, les architectes en exercice, tout comme les ADE en formation à l'HMONP, insistent sur le fait qu'il ne s'agit « pas d'une entreprise comme les autres »¹. Si l'exercice en société a la faveur des répondants à l'enquête, ce qui correspond par ailleurs à une tendance lourde dans le milieu de l'architecture, le modèle de l'agence d'architecture n'est pas exempt de critiques, comme l'évoque cet ADE dans son mémoire :

« Il y a plus dans l'architecture que l'exercice des missions définies dans la loi MOP. Et si l'agence d'architecture était un outil obsolète pour affronter le changement du monde ? La question peut sembler violente, elle est pourtant légitime tant la structure en agence à tendance

¹ BOLLE Gauthier, DECOMMER Maxime et NÈGRE Valérie, "L'Agence : pratiques et organisations du travail des architectes (XVIII^e-XXI^e siècle)", *Les Cahiers de la recherche architecturale, urbaine et paysagère* [Online], 9|10 | 2020.

à s'établir comme le modèle dominant de la conception et de la réalisation architecturale. »
(Homme, ID 393 - Mémoire)

L'enquête aura aussi été l'occasion pour certains de rappeler les carences de l'organisation du travail et de la gestion des ressources humaines dans le milieu de l'architecture. La double question du temps et de la charge de travail cristallise les tensions et met en lumière des visions divergentes entre ancienne et nouvelle génération d'architectes. Dans un métier qui avait érigé la « charrette » au rang de spécificité « culturelle » professionnelle¹, les jeunes générations semblent vouloir rompre avec ce modèle d'un rapport au travail perçu comme dépassé et d'une conception malsaine d'emprise de la sphère professionnelle sur l'ensemble des autres dimensions de la vie sociale. Il y a, comme chez les entrepreneurs que j'avais interrogés, l'idée sous-jacente qu'en exerçant à son compte, on pourra reprendre le contrôle de son temps de travail afin qu'il n'empiète pas outre mesure sur les autres sphères de la vie sociale.

« Dans une structure (ma structure ?) qui me permette de vivre confortablement, avec des horaires de travail "normaux". Cela paraît peu de choses mais semble presque impossible à atteindre dans notre milieu... »
(Femme, 24 ans, ID 774 – Question 111)

« Bien vivre de mon métier car dans cette profession la vie personnelle passe toujours au second plan. C'est un problème ! »
(Homme, 28 ans, ID 400 – Question 111)

A nouveau, l'ancrage territorial apparaît comme une condition de l'épanouissement personnel permettant notamment de concilier vie professionnelle et vie familiale : *« Exercer au plus près de mon domicile, afin de pouvoir allier vie professionnelle et vie familiale. »* (Femme, 27 ans, ID 1383 – Question 111). C'est précisément l'idée de réussir à trouver le bon « équilibre » qui transparaît dans leurs projections à dix ans quitte, comme on l'a vu, à n'envisager l'exercice du métier d'architecte qu'à temps partiel : *« Avec une vie équilibrée. »* (Femme, 28 ans, ID 1452 – Question 111) ; *« Garder l'équilibre entre le nombre de projets réalisés et le temps disponible. »* (Femme, 26 ans, ID 445 – Question 111) ; *« Avec un bon salaire, de bons horaires et un bon rythme de vie. »* (Femme, 27 ans, ID 1014 – Question 111) ; *« Architecte 4 jours dans la semaine. Le reste du temps, prof de dessin et maman ! »* (Femme, 24 ans, ID 1683 – Question 111). Cette volonté de réussir à accorder vie de famille et vie professionnelle apparaît d'autant plus importante qu'elle est largement mise à mal par le

¹ Voir l'article d'Alice RAYBAUD, « En école d'architecture, les dérives de la « culture charrette » » paru dans *Le Monde*, 19 novembre 2020.

stéréotype professionnel de l'architecte qui ne compte pas ses heures et ne vit que pour son travail : « *Je ne sais pas, mais j'aimerais travailler et avoir une vie de famille, et ne pas être bouffée par le boulot d'architecte, car ce n'est qu'un travail.* » (Femme, 27 ans, ID 1408 – Question 111).

On retrouve ici un des principaux résultats de mes précédents travaux montrant que les entrepreneurs de la nouvelle génération ont la plupart pour ambition de rompre avec le modèle ancien du chef d'entreprise qui ne vit que pour son travail¹. La manière dont cette nouvelle génération d'architectes dessine les contours d'une activité entrepreneuriale libérée d'un certain nombre de traits jugés indésirables du métier d'architecte permettant de mieux concilier vie professionnelle et vie sociale, ne déroge pas à l'idée d'une porosité des sphères de la vie sociale qui serait aujourd'hui la « norme » notamment pour la jeune génération². Si l'on croise la question entrepreneuriale avec celle de la place du travail, on peut penser qu'à travers une approche générationnelle, c'est donc aussi l'idée d'étudier un « éthos du travail dont les jeunes seraient à l'avant-garde »³.

Que ce soient les créateurs d'entreprise les plus jeunes de mon panel ou les architectes en devenir, la génération récente tend à faire de l'acte d'entreprendre une opportunité de satisfaire une approche « polycentrique » de l'existence : « c'est-à-dire une conception de la vie et un système de valeurs organisés autour de plusieurs centres (le travail, la famille, les relations amoureuses, les loisirs, l'engagement...), l'équilibre des centres appartenant à chacun. Les jeunes recherchent une cohérence entre le travail et la vie en termes de sens et de valeurs, ce qui les amène, relativement souvent, à préférer l'insécurité dans un emploi qui a du sens plutôt que la stabilité dans un travail qui n'en a pas »⁴.

Une nouvelle éthique entrepreneuriale

On retrouve ainsi une certaine homologie entre les grands registres d'action de l'engagement entrepreneurial que j'avais pu identifier chez les créateurs d'entreprise dans mes

¹ REIX Fabien, 2007, *Op. Cit.*

² BERTON Fabienne, 2017, *Op. Cit.* p. 133.

³ MÉDA Dominique et VENDRAMIN Patricia, "Les générations entretiennent-elles un rapport différent au travail ?", *SociologieS* [Online], Théorie et recherche, 2010, p. 9.

⁴ *Ibid.*, p. 9.

précédents travaux et ceux de ces architectes en devenir¹. L'importance accordée à l'ancrage territorial et aux ressources relationnelles dans l'élaboration du projet entrepreneurial, la dimension éthique de l'engagement et la place du travail dans l'épanouissement personnel sont autant d'éléments communs dans les modes de justification d'entrée dans une carrière d'architecte. Un élément se distingue néanmoins de manière assez nette. Il s'agit de la manière dont ces futurs architectes conçoivent d'emblée cette aventure entrepreneuriale comme une aventure collective, là où les créateurs d'entreprise que j'avais interrogés avaient plutôt tendance à la décrire comme une démarche d'abord solitaire.

On constate donc que cette habilitation à exercer la maîtrise d'œuvre « en son nom propre » porte bien mal son nom pour cette nouvelle génération, tant elle semble foncièrement attachée à la dimension collective de l'exercice du métier à travers une pratique partagée qui ne se limite d'ailleurs pas non plus à la seule maîtrise d'œuvre. En assumant, voire valorisant la dimension collective de l'action d'entreprendre, cette nouvelle génération d'architectes paraît donc relativement peu influencée par le mythe schumpéterien de l'entrepreneur « rebelle, isolé et créatif »². Leur approche de la profession consiste d'ailleurs le plus souvent à mettre à distance son pendant dans le monde de l'architecture à savoir la figure de l'architecte-artiste, exerçant seul en libéral et développant une architecture « d'auteur » inspirée par une forme de génie créatif. Dans cette perspective, c'est la dimension écoresponsable de leur approche qui donne la plus-value symbolique à leur pratique du métier et offre à leurs yeux une forme de légitimité à leur conception de la profession.

Au-delà de ces singularités, les trois grandes logiques d'action de l'expérience sociale de François Dubet³ continuent à mon sens de fournir une bonne grille de lecture et de compréhension de l'engagement dans une carrière d'architecte. Ce dernier peut d'abord évidemment être perçu comme un moyen d'accéder au statut social que procure ce titre afin de s'intégrer et d'être reconnu dans un champ professionnel, même si on cherche à s'affranchir d'une partie des attentes normatives qui y président (logique d'intégration). Ensuite, la manière dont cette jeune génération cherche à défendre une conception renouvelée du métier d'architecte exprime une forme de rationalité instrumentale d'adaptation au contexte, aux évolutions du marché et aux conditions de la pratique du métier (logique stratégique). Enfin, en

¹ REIX Fabien, 2012, *Op. Cit.*

² MUSTAR Philippe, « L'entrepreneur schumpéterien a-t-il jamais existé ? », *Gérer et Comprendre. Annales des Mines*, mars 1994, pp. 30-37.

³ DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

cherchant à mettre en adéquation leur projet et leurs valeurs, leur démarche relève aussi d'une forme de rationalité axiologique (logique de subjectivation). Dans cette perspective, comme pour l'acte d'entreprendre en général, l'engagement dans une carrière d'architecte peut finalement être perçu comme une forme de construction de soi qui dépasse largement le cadre professionnel, en tant que moyen de réaliser un « projet de vie » qui donnera du sens à son travail et à son existence.

Le modèle entrepreneurial dessiné par ces futurs architectes vise ainsi à réduire la tension entre trois critères : leur revendication à être reconnus comme architectes et accéder au statut social que procure ce titre, leur intérêt à se positionner sur des marchés où ils pourront plus facilement s'insérer professionnellement, et leur ambition de trouver une forme d'exercice et une pratique du métier qui leur permette de ne pas trahir leur engagement éthique. Dans une profession décrite le plus souvent sous le régime de la crise et présentée au mieux comme moribonde, au pire comme condamnée¹, le modèle entrepreneurial et les apparentes libertés dans les modes d'exercice et de pratique de la profession d'architecte qu'il permet d'envisager apparaît pour cette jeune génération comme une manière de concrétiser leur vision idéale du métier. Il convient cependant de ne pas considérer que les enquêtés sont dupes de l'idéal qu'ils affichent, mais qu'il s'agit d'une condition nécessaire à l'engagement dans une carrière d'architecte face à un « désenchantement » de la profession décrit de longue date² qui aboutirait aujourd'hui à une « crise des vocations », ce que l'analyse des discours des répondants à l'enquête tend pourtant à relativiser.

L'extrait de mémoire qui va suivre illustre d'ailleurs assez bien le paradoxe que j'avais pu mettre en lumière chez des entrepreneurs animés par une quête de liberté dans la conception de leur travail et la maîtrise de leur temps³. Une fois mise de côté l'illusion de réussir à maîtriser son temps de travail, l'engagement dans une carrière d'architecte apparaît dès lors comme un véritable sacerdoce :

« Je ne souhaite pas créer mon agence d'architecture par ambition, mais parce que je suis en quête d'une certaine liberté. Je sais que cette liberté me contraindra certainement à travailler davantage pour gagner peut-être moins, mais je suis convaincu que ce choix est nécessaire pour mon épanouissement personnel et professionnel. »
(Homme, ID 408 – Mémoire)

¹ Jean Nouvel déclarait récemment dans l'édition de mars 2023 du magazine *Entreprendre* : « nous assistons à la mort de l'architecture ».

² MOULIN Raymonde et al., 1973, *Op. Cit.*

³ REIX Fabien, 2012, *Op. Cit.*

Une approche alternative du métier

Cherchant visiblement à rompre avec les figures tutélaires de la profession, notamment celle ancienne de l'architecte-artiste exerçant en libéral et celle plus récente de l'architecte-chef d'entreprise à la tête d'une grande agence, le modèle entrepreneurial que propose cette nouvelle génération semble dessiner une troisième voie. Dans cette nouvelle conception, l'architecte s'inscrit dans un collectif pluridisciplinaire « à taille humaine » faisant face à la concurrence au sein de la pratique de la maîtrise d'œuvre par une logique de coopération plutôt que d'opposition. Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'aucun des répondants ne se risque à accoler un qualificatif au terme architecte, comme s'il était devenu vain de vouloir lui attribuer une position ou une fonction précise dans cette conception collective du travail architectural. Plus qu'au rôle de chef d'orchestre auquel est symboliquement assigné l'architecte dans cette approche pluridisciplinaire du métier¹, c'est plutôt à l'idée d'un architecte polyvalent que renvoie leur vision, sans pour autant tomber dans l'écueil de l'architecte omnipotent. La manière d'incarner cet « architecte polyvalent » n'en reste pas moins empreint d'une certaine incertitude :

« Je ne sais pas encore comment considérer à mon échelle quels sont les efforts que je suis prêt à mettre en œuvre afin d'incarner ce rôle d'architecte polyvalent. Vais-je entreprendre une formation dans d'autres domaines ? Inviter des professionnels issus d'autres horizons à collaborer avec moi à la création d'un futur atelier d'architecture ? Intégrer une structure existante qui porte déjà ces valeurs de transversalité ? »

(Homme, ID 1594 – Mémoire)

Pour d'autres, il s'agit d'associer des idées qui peuvent apparaître difficilement conciliables de prime abord, comme cette ADE qui résume sa projection à dix ans en trois mots clés : « *collectif d'architectes, indépendance et entraide* » (Femme, 26 ans, ID 681 – Question 111). Les focus groupes ont d'ailleurs été l'occasion de constater que c'est précisément le risque de voir se « dissoudre » la profession d'architecte dans ce genre d'approche « collective » du métier qui inquiète le plus leurs aînés et explique sûrement les résistances des organismes professionnels tels que l'Ordre des architectes à vouloir reconnaître officiellement la diversité des pratiques des architectes, même si elle existe de fait. Cet extrait illustre parfaitement l'injonction parfois contradictoire de l'HMONP à construire un projet professionnel personnel

¹ TAPIE Guy, 2000, *Op. Cit.*

d'une part et à répondre aux attentes normatives des membres du jury d'autre part, en particulier lorsqu'il s'agit comme ici de défendre une approche plurielle de la pratique du métier :

« Il y a tout ce qui concerne la pluridisciplinarité qui (...) attire beaucoup les architectes de notre génération puisque tout le monde a conscience qu'il existe de nouvelles manières de composer des bureaux, des agences qui intègrent plusieurs disciplines. (...) On a tous envie de se dire : oui je vais être architecte, mais en fait, je ferai aussi un peu de scénographie, un peu de paysage, et je ferai un peu de concertation parce que c'est tellement important, etc. (...) Il y a une forme de paradoxe entre la pluridisciplinarité à laquelle on aspire tous, comme une espèce d'idéal, et (...) lors de l'HMO, il y a vraiment ce discours qui est : "Non, vous êtes là pour devenir architecte et si vous allez à droite à gauche, ça veut dire que vous n'avez pas envie d'être architecte. Vous avez envie d'être autre chose et ça ne vous intéresse pas ". Et c'est comme ça que je l'ai ressenti, et c'est comme ça que vraiment toutes les personnes de ma promotion qui exerçaient dans des agences qui n'étaient pas uniquement des agences d'architecture le ressentaient. Et tout le monde a menti, clairement. »

(Femme, ADE - Focus Groupe / novembre 2020)

Cette forme d'autocensure montre la persistance d'une vision encore dominante de la « carrière canonique de l'architecte »¹ qui s'impose aux esprits et s'accommode assez mal des ambitions de cette jeune génération à vouloir proposer une approche renouvelée de la profession. Cette vision ancienne renvoie implicitement à la figure de l'architecte-artiste exerçant en libéral. Afin de ne pas tomber dans une forme de « décrochage interprétatif » par la « surabondance d'exemples trop parfaits »², il convient d'ailleurs d'indiquer que la référence explicite à ce type de modèle dit « traditionnel » se retrouve aussi en partie dans les projets professionnels présentés dans les mémoires. Et s'il l'on peut, comme on vient de le voir, parfois douter de la sincérité des propos tenus dans ces mémoires, certains ADE restent convaincus du bien-fondé de cette approche. Il n'y a donc pas de jugement de valeur à mettre en avant dans mon analyse ceux qui s'éloignent de ce modèle traditionnel, mais simplement la volonté d'étudier les dynamiques à l'œuvre dans les représentations de la profession et du métier d'architecte en s'intéressant d'abord à ceux qui cherchent à s'en distinguer. De plus, s'il est difficile de dresser une typologie précise des thèmes de l'échantillon des 1239 mémoires récoltés à partir de leurs seuls titres³, beaucoup mettent en exergue les enjeux sociaux et environnementaux auxquels sont confrontés les architectes aujourd'hui et qui les poussent à envisager une autre manière d'être architecte plus en phase avec l'époque.

¹ BIAU Véronique, 1998, *Op. Cit.*

² LAHIRE Bernard, *L'esprit sociologique*, Paris, La Découverte, 2007.

³ Voir « figure 28 » du rapport « Génération HMONP. La formation à la maîtrise d'œuvre en nom propre comme fabrique de l'architecte », p .111.

Il est important cependant de rappeler que ce modèle de l'architecte-artiste exerçant en libéral, transparaît en revanche assez peu dans les projections à dix ans de la question 111. La majorité des participants qui ont pris la peine de détailler leur réponse propose en effet une vision plus ou moins alternative de la profession qui élargit le prisme des manières d'être architecte et témoigne ainsi de la diversification à l'œuvre des pratiques du métier d'architecte aujourd'hui. Cela ne veut évidemment pas dire que la référence à la figure de l'architecte-artiste est vouée à disparaître. On peut même considérer que cette vision traditionnelle du métier est encore largement dominante dans le rapport nécessairement déséquilibré entre le capital symbolique de l'ancienne et la nouvelle génération à l'intérieur du champ architectural¹. Cette aspiration à « renouveler » la profession n'est évidemment pas le seul fait de cette promotion des inscrits à l'HMONP en 2018-2019. L'idée d'en faire le « témoin » d'une génération invite ainsi à les percevoir comme les représentants d'un « ensemble générationnel » plus large, ensemble qui reste somme tout difficile à borner dans le temps.

Une nouvelle génération d'architectes ?

Il paraît d'abord délicat d'associer directement cette génération avec celle post mai 1968, même si on y retrouve une certaine attention à l'utilité sociale du métier d'architecte et à l'intégration des sciences humaines et sociales dans leur démarche. Il apparaît encore plus difficile d'associer cette génération à celle des « starchitectes » des années 1980 tant on perçoit cette fois un rejet massif de la conception « business » du métier qu'elle incarne, comme l'illustre par exemple cette critique sans ambages d'un ADE dans son mémoire :

« Pour ceux qui se sont pavanés dans les délices de la gloire médiatique, c'est l'individualisme, la soif d'enrichissement, la suprématie de l'image, la dictature du copinage et du clanisme, et surtout une pensée alignée sur l'idéologie dominante qui les caractérise depuis des années et qui prévaut toujours aujourd'hui. »

(Homme, ID 1041– Mémoire)

Pour cette nouvelle génération, qui semble donc encore largement marquée par les valeurs d'indépendance et de désintéressement associées historiquement à l'architecte, la reconnaissance sociale de l'architecte tient d'ailleurs moins à la grandeur de sa production et à

¹ Pour rappel l'âge médian des architectes inscrits à l'Ordre en 2022 est de 50 ans (Source : « Archigraphie » 2022).

sa renommée médiatique qu'à la sobriété de son intervention, comme dans cet extrait qui fait explicitement référence à la critique de la « société du spectacle » de Guy Debord¹ :

« Loin du chemin périlleux et exigeant de l'avant-garde, l'attention au banal pourrait finalement constituer un garant de la fabrique d'une architecture humble et pérenne. Nul besoin ici de réinventer ou de créer systématiquement l'événement. J'envisage cette démarche comme une sorte de résistance face à une société du spectacle permanent où tout doit capter l'attention. »

(Homme, ID 1504 – Mémoire)

On peut sûrement trouver les prémices de ce renouvellement générationnel dans l'émergence des premiers « collectifs d'architectes » en France dans les années 1990. Ces nouvelles formes d'exercice en collectif, perçues comme des alternatives à la profession libérale et aux agences d'architecture, ambitionnaient déjà à leur époque de renouveler l'approche du métier afin notamment de donner une plus grande place aux habitants dans une logique de coproduction des projets architecturaux et urbains². Ceci les inscrit d'ailleurs eux-mêmes dans la filiation de la génération post mai 1968. A côté de la maîtrise d'œuvre, l'assistance à la maîtrise d'ouvrage (AMO) et surtout l'accompagnement à la maîtrise d'usage (AMU) sont présentés comme des voies légitimes de la pratique du métier d'architecte qui endosse alors un rôle de « médiateur ».

Ce mouvement relativement confidentiel au départ des « collectifs d'architectes » s'est peu à peu renforcé dans les années 2000 à mesure qu'il se professionnalisait comme le rappelle Elise Macaire : « la rupture avec le modèle dominant de la profession des architectes perdure dans le discours au fil des années et le rapprochement avec les publics constitue, selon eux, une alternative à l'exercice d'un métier perçu comme élitiste et coupé de la société »³. La commande publique, et plus particulièrement celle émanant des collectivités, a d'ailleurs participé à donner une certaine légitimité à cette approche en intégrant dans leurs appels à projets ce type de compétence, afin de les accompagner dans les démarches de concertation et de participation des habitants dans un contexte législatif favorable à la démocratie participative⁴. Popularisé par

¹ DEBORD Guy, *La société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1992 [1^{ère} édition 1967].

² MACAIRE Élise, 2015, *Op. Cit.*

³ *Ibid.*, p. 120.

⁴ On peut citer la loi du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbain, dite « loi SRU » qui va profondément modifier le droit de l'urbanisme et du logement en France ou encore la loi sur la démocratie de proximité du 27 février 2000 dite « loi Voynet ». C'est d'ailleurs dans ce contexte, en 2003, que j'ai fait pour la première fois la rencontre du collectif « Bruit du frigo » dont l'accompagnement de la mairie de Lormont pour la mise en place d'un dispositif participatif en matière de politique d'aménagement urbain (les ateliers « AVEQ ») deviendra l'objet de mon mémoire de DEA de sociologie. Ce « collectif de création urbaine qui regroupe architectes, artistes, urbanistes, médiateurs et constructeurs » (cf. www.bruitdufrigo.com), fondé en 1997 à

le rapport Brundtland à la fin des années 1980, le « concept » de développement durable avait aussi fait émerger la question écologique comme une préoccupation majeure pour cette génération, mais de manière assurément moins prégnante qu'aujourd'hui. Si le mouvement issu des années 1990 a été porté par la double injonction de la participation et du développement durable, l'enquête « Génération HMONP » montre que c'est plus la dimension écologique de la pratique architecturale que sa dimension participative qui semble être aujourd'hui la préoccupation majeure de cette future génération d'architectes. Ne remettant pas pour autant l'importance d'une approche participative, c'est un peu comme si l'ordre des priorités s'était inversé chez les plus jeunes.

Elise Macaire rappelle cependant que ce mouvement des « collectifs d'architectes » n'est pas nécessairement le fruit d'une « génération spontanée » puisque l'on compte parmi les pionniers à l'origine de la constitution de ces collectifs alternatifs des architectes chevronnés. On pense notamment à Patrick Bouchain qui est souvent présenté comme la figure de proue de cette approche participative dans le monde de l'architecture¹. On pourrait d'ailleurs faire un parallèle dans le rôle joué aujourd'hui par un architecte comme Philippe Madec dans l'émergence du mouvement pour « une frugalité heureuse et créative ». Il y a là une sorte d'alliance tant subjective qu'objective entre des architectes qui se positionnaient déjà en partie comme des « francs-tireurs », au sens d'Howard Becker², dans la construction de leur carrière à l'intérieur du champ de l'architecture et une jeune génération qui aspire à faire de l'architecture autrement.

Un autre élément invite à faire un pont entre cette future génération d'architectes et celle issue de ce mouvement des « collectifs d'architecture ». Il s'agit de la valorisation d'une approche clairement pluridisciplinaire de la pratique du métier. Parlant des architectes à l'origine de ces collectifs, Elise Macaire indique ainsi qu'« ils s'associent souvent avec d'autres professionnels (urbanistes, paysagistes, artistes, éducateurs...) et des chercheurs (sociologues, philosophes, géographes...) afin d'élargir leur champ de compétence et construire une

l'initiative de jeunes diplômés d'architecture de l'ENSAP de Bordeaux fait figure aujourd'hui de pionnier de ce mouvement des « collectifs d'architectes » initié dans les années 1990.

¹ Il est notamment à l'origine de la création du collectif « Construire ensemble le grand ensemble » en 2007.

² BECKER Howard S., *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988 [1^{ère} édition 1982]. « Chaque monde de l'art a ses francs-tireurs, des artistes qui ont appartenu au monde officiel de leur discipline mais n'ont pu se plier à ses contraintes. Ils apportent des innovations que le monde de l'art ne peut accepter parce qu'elles sortent du cadre de sa production habituelle. », p. 242.

alternative à l'exercice du métier hérité de leur formation »¹. Il est d'ailleurs intéressant de noter la dimension « militante » des pionniers de ce mouvement qui est en partie liée à la mobilisation d'une partie de la profession suite au passage d'une tutelle du Ministère de l'Équipement au Ministère de la Culture en 1995. Cette mobilisation a été notamment l'occasion pour les jeunes diplômés de remettre en question le type d'enseignement reçu dans les écoles laissant peu de place à l'expression de ces aspirations à faire de l'architecture autrement. De la même manière, la remise en cause du modèle des Beaux-arts s'était faite dans le contexte du mouvement social de mai 1968 avec notamment la revendication d'une place plus importante accordée aux sciences humaines et sociales dans la formation. On peut ainsi faire l'hypothèse que le mouvement social qui a animé les écoles d'architectures en France au printemps 2023 ne fera que renforcer les convictions de cette génération à renouveler la profession en passant d'abord par un changement dans les contenus des enseignements dans les ENSA. Outre les revendications à augmenter les moyens alloués aux écoles d'architecture, les mouvements étudiants ont en effet très clairement exprimé la volonté de voir s'opérer des rapprochements entre les disciplines, mais aussi en affirmant le rôle de l'architecte dans la transition écologique afin qu'il soit plus explicitement pris en compte dans les enseignements.

¹ MACAIRE Élise, 2015, *Op. Cit.*, p. 111.

CONCLUSION GÉNÉRALE

En partant d'une lecture critique des analyses et représentations de la figure de l'entrepreneur en sciences économiques et sociales, j'ai été amené à construire une approche sociologique de l'acte d'entreprendre en m'intéressant d'abord aux créateurs d'entreprise, puis aux architectes envisageant leur installation en leur nom propre. Si l'objectif était d'abord de rompre avec une approche purement économique de l'entrepreneur et de déconstruire la vision médiatiquement fantasmée de l'entrepreneuriat, il s'agissait aussi d'accorder une place importante à l'analyse des trajectoires et à la réflexivité des acteurs dans la compréhension des fondements de l'éthique entrepreneuriale. Entre regard rétrospectif des créateurs d'entreprise et vision projective des architectes en devenir, l'idée était dans les deux cas d'interroger les logiques d'action à l'œuvre dans les modes de justification de l'entrée dans une carrière d'entrepreneur. Cette thèse confirme ainsi que l'acte d'entreprendre ne peut être compris comme la seule conséquence d'une rationalité instrumentale mais engage des combinaisons de logiques d'action que j'ai proposé d'aborder avec les outils de la sociologie de l'expérience de François Dubet¹, entendue comme une proposition autant théorique que méthodologique. Cette posture conduit à tenter de dépasser la réduction à une seule logique d'action la question de « l'entreprendre » et à être attentif non seulement aux parcours, mais plus largement à la dimension subjective de l'action et donc narrative des acteurs.

Etre entrepreneur de soi-même : une combinaison de logiques d'action plus qu'une injonction

Un des principaux enseignements de mes travaux est qu'à chaque fois que l'on tente de fixer un trait particulier à l'entrepreneur ou une logique spécifique à l'acte d'entreprendre, l'analyse s'avère incomplète. C'est pourquoi, dans le cadre de cette thèse, j'ai choisi de mobiliser la sociologie de l'expérience pour appréhender l'engagement dans une carrière d'entrepreneur à travers une approche combinatoire. Cette approche consiste à voir l'expérience comme « une combinaison de logiques d'action, logiques qui lient l'acteur à chacune des dimensions d'un système. L'acteur est tenu d'articuler des logiques d'action différentes et c'est la dynamique engendrée par cette activité qui constitue la subjectivité de l'acteur et sa réflexivité »². En effet, le principe d'unité de l'action d'entreprendre, perçue comme une expérience sociale, est à rechercher dans la manière dont l'individu se construit à travers elle.

¹ DUBET François, 1994, *Op. Cit.*

² *Ibid.*, p. 271.

On retrouve ici l'idée que développe Hélène Vérin dans la conclusion de son ouvrage faisant de l'acte d'entreprendre une forme de construction de soi : « le sujet entrepreneur n'existe que par la distance marquée du réel pré-donné et de l'objet de son entreprise. Son activité est la réduction de l'un en l'autre, et c'est dans la conduite réglée de cette réduction qu'il acquiert la conscience de soi comme sujet agissant, c'est-à-dire comme agent de sa propre réalisation, de son autonomisation par rapport à l'extériorité diverse, séparée, scindée, éclatée, multiple, du réel. En quoi le réel est également son invention »¹. Idée qu'elle formulait de manière plus synthétique en introduction : « L'entrepreneur, un homme qui se trouve donc, à l'instar du philosophe, comme contraint d'entreprendre lui-même de se conduire »². L'acte d'entreprendre peut ainsi être abordé à travers la combinaison de logiques d'action qui sont autant de manière de comprendre l'engagement d'un individu dans une carrière entrepreneuriale.

Il s'agit finalement de montrer que pour saisir la pluralité des logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière d'entrepreneur, l'individu doit être envisagé tout à la fois comme un agent socialisé, un acteur stratégique et un sujet doué de réflexivité. C'est donc dans la manière dont les entrepreneurs agencent ces trois grands registres d'action de l'expérience (socialisation, rationalité, subjectivité) dans leur modèle de justification que l'on peut comprendre le sens qu'ils attribuent à l'acte d'entreprendre. L'engagement dans une carrière entrepreneuriale renvoie ainsi à une pluralité de motifs dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective). Cependant, seul le dernier registre d'une éthique entrepreneuriale guidée par cette volonté commune à tous de contrôler leur destin permet de faire le lien entre l'ensemble des motifs qui les ont conduits à devenir des entrepreneurs.

La mise à distance de l'héritage social et la volonté de contrôler sa carrière professionnelle reposent en effet sur cette volonté commune à tous d'être « *les auteurs de leur propre vie* » qui pourrait être d'abord perçue comme la simple traduction d'une injonction généralisée à être entrepreneur de soi-même portée par l'idéologie néolibérale. Comme le souligne Alain Ehrenberg, la représentation sociale de la figure de l'entrepreneur a en effet profondément changé au tournant des années 1980, notamment en France : « Le phénomène peut-être le plus frappant est le changement de valeur attribuée à l'entreprise et à la figure de

¹ VÉRIN Hélène, 1982, *Op. Cit.*, p. 258.

² *Ibid.*, p. 12.

l'entrepreneur. Le chef d'entreprise, emblème traditionnel de la domination des gros sur les petits, symbole de l'héritage et de la rente (c'était la synthèse républicaine), se voit affecté d'une valeur positive inédite. Il devient un modèle d'action pour tous : c'est l'amorce d'un changement majeur de l'esprit dans lequel nous agissons. Réussir, c'est entreprendre de devenir soi-même, progresser de sa propre initiative en s'engageant personnellement pour obtenir »¹. Il poursuit un peu plus loin pour bien marquer ce qui constitue pour lui un changement majeur : « au cours des années 1970, chacun pouvait partir à la conquête de sa liberté au nom de la propriété de soi et du droit de choisir sa vie, au cours de la décennie suivante, elle s'allie à l'initiative individuelle en relation à un idéal social consistant à agir comme l'entrepreneur de sa propre vie »².

Pourtant, ce que montrent mes recherches autour de la figure de l'entrepreneur et de son action, c'est précisément la nécessité de dépasser les critiques surplombantes, souvent peu armées empiriquement, qui font de cette injonction généralisée à devenir « entrepreneur de soi » le guide de la compréhension de toute conduite entrepreneuriale, au risque de la réduction des logiques d'action. Si la pénétration de cette idéologie néolibérale d'entreprise de soi est indéniable et se retrouve dans d'innombrables domaines, y compris dans le salariat, son analyse selon une optique foucauldienne faisant de ces entrepreneurs les porteurs d'une *épistémè*³ reste insuffisante. Il ne s'agit pas pour autant de nier l'aspect délétère de cette injonction qu'Alain Ehrenberg a lui-même analysé en terme de « fatigue d'être soi »⁴ - ou plus généralement comme l'élément marquant d'une « société du malaise »⁵. Cela ne veut pas dire non plus que l'on met de côté une analyse critique de cette promotion de l'entrepreneuriat dont on a vu, à la suite des études récentes sur les auto-entrepreneurs, qu'elle relève souvent d'une forme de précarisation des travailleurs que l'accès au statut d'indépendant ne pourrait suffire à compenser. Mais, à l'instar de ce que nous disent Sophie Boutillier et André Trian sur la « théorie de l'entrepreneur », on peut considérer que si « les expressions telles que entrepreneurs de son propre talent, l'artiste entrepreneur de lui-même, sont aujourd'hui monnaies courantes, (...) elles traduisent plus l'envahissement de la technique, des concepts et de la logique du management que l'adoption de la figure de l'entrepreneur en tant que telle ». Avant de conclure

¹ EHREMBERG Alain, *La société du malaise*, Paris, Odile Jacob, 2010, p. 216.

² *Ibid.*, p. 217.

³ FOUCAULT Michel, *Les mots et les choses*, Paris, Gallimard, 1966.

⁴ EHREMBERG Alain, 1998, *Op. Cit.*

⁵ EHREMBERG Alain, 2010, *Ibid.*

dans une dernière phrase « qu'au bout du compte l'entrepreneur échappera toujours à une tentative de théorisation totale »¹.

Sans prétendre construire une théorie sociologique de l'entrepreneur, mes travaux conduisent à penser que pour comprendre l'éthique entrepreneuriale ce sont d'une part l'articulation des logiques d'action qui doivent être éclairées et d'autre part que les acteurs sont capables de « mettre en récit » selon une logique subjective leur engagement dans une carrière d'entrepreneur. Certes, ils le font avec leurs idées, leurs représentations, voire leurs croyances ou leurs fictions, mais ils le font dans un sens que le sociologue ne peut ignorer et doit interpréter.

Entreprendre pour être maître de son destin : entre illusion et fiction utile

L'utilisation de la méthode des récits de vie conduit la personne interviewée à envisager sa biographie à travers une rationalité *a posteriori* qui favorise souvent l'héroïsation des parcours personnels. Mais on peut aussi penser que la référence implicite à la figure du *self made man* n'est pas qu'une simple mise en scène héroïque de soi. La dénégaration de la filiation entrepreneuriale, et plus généralement de tout type d'influence dans la construction de la carrière d'entrepreneur, constitue aussi un exemple significatif de l'attachement des acteurs à montrer qu'ils sont les auteurs de leur vie et qu'ils en maîtrisent le cours.

Si parlant de l'« illusion biographique », Pierre Bourdieu nous invite à nous méfier de la « création artificielle de sens » inhérente à toute histoire de vie, il reconnaît aussi que l'on est « en droit de supposer que le récit autobiographique s'inspire toujours, au moins pour une part, du souci de donner sens, de rendre raison, de dégager une logique à la fois rétrospective et prospective, une consistance et une constance, en établissant des relations intelligibles, comme celle de l'effet à la cause efficiente, entre les états successifs, ainsi constitués en étapes d'un développement nécessaire »². Evidemment le recours à la méthode biographique contribue à véhiculer un certain nombre de croyances plus ou moins fondées dans les modes de justification que l'on mobilise pour *se* raconter. Sans se limiter à une entreprise de désenchantement des motifs de l'acte d'entreprendre exprimés par les entrepreneurs, on peut aussi voir dans ces récits

¹ BOUTILLIER Sophie, TIRAN André, « La théorie de l'entrepreneur, son évolution et sa contextualisation », *Innovations*, 2016/2 (n° 50), pp. 211-234, p. 232.

² BOURDIEU Pierre, 1986, *Op. Cit.*, p. 69.

de soi une forme consubstantielle de l'action. L'accès à l'indépendance est au cœur de tout projet entrepreneurial même si celle-ci peut être en réalité perçue comme un leurre. Pourtant, on l'a vu, l'illusion de liberté que procure l'acte d'entreprendre apparaît comme une condition nécessaire à l'action d'entreprendre. Dans la même idée, François Dubet parle quant à lui de « fictions nécessaires » qui ne sont « ni des idéologies, ni des convictions morales, mais des cadres cognitifs et moraux indispensables à l'accomplissement du projet de socialisation »¹. Et de poursuivre à travers les exemples des infirmières, des enseignants ou des travailleurs sociaux : « Toutes les infirmières savent bien que les malades mourront, elles font comme si ce n'était pas le cas ; tous les enseignants savent que tous les élèves ne réussiront pas et pourtant ils font comme si tous pouvaient réussir ; tous les travailleurs sociaux savent que certains cas sont désespérés, ils s'en occupent, même s'ils ne les aiment pas »². Si la référence vaut ici aux métiers centrés sur le « travail sur autrui », elle peut être étendue selon moi aux entrepreneurs qui savent pertinemment que créer une entreprise entraînera beaucoup de contraintes, mais font comme s'il s'agissait d'un acte nécessairement libérateur, plaçant l'indépendance comme une valeur cardinale de leur engagement dans une carrière entrepreneuriale.

Il est aussi question de fiction dans la manière dont les architectes en devenir de la génération HMONP se voient dans la profession à plus ou moins long terme. Il est en effet important de rappeler que le matériau sur lequel s'appuie mon analyse correspond à des représentations sociales élaborées à travers un exercice de projection dans l'avenir. Cette formation qui invite à la fois à la réflexivité et la prospectivité favorise la construction d'un idéal de la profession d'architecte d'autant plus incertain qu'il n'a pas encore été confronté à l'épreuve de l'exercice en son nom propre. La poursuite de ce travail pourrait alors se faire, comme précédemment avec les créateurs d'entreprises, dans la réalisation d'entretiens de type biographiques avec un panel de jeunes architectes aux profils variés, concrètement installés en leur nom propre. Sans attendre nécessairement la fin de la décennie dans laquelle ils ont été invités à se projeter, on pourrait envisager de mener une étude longitudinale de ceux qui ont été interrogés dans cette enquête. Une telle approche permettrait non seulement d'en savoir plus sur leurs trajectoires personnelles, mais aussi de voir comment leur vision « idéale » de la profession s'est retrouvée confrontée à la réalité de la pratique du métier au quotidien et plus largement à l'expérience de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. Pour le dire plus simplement, il s'agira d'interroger le passage de la fiction à la réalité de l'acte d'entreprendre.

¹ DUBET François, *Le déclin de l'institution*, Paris, Seuil, 2003, p. 48.

² *Ibid.*, p. 48.

L'éthique entrepreneuriale comme révélateur des rivalités générationnelles

Si j'ai beaucoup mobilisé la notion de génération dans mes travaux, on peut reconnaître le caractère problématique du recours à cette notion comme l'indiquait déjà le titre de l'ouvrage de Karl Mannheim « le problème des générations »¹ et ses nombreuses exégèses². Attribuer à une « promotion » d'aspirants à l'HMONP le rôle de témoin d'une génération de futurs architectes peut paraître discutable. Mais, en partant de l'hypothèse de l'existence d'une « génération potentielle »³ incarnée par les participants à l'enquête, cette étude vise d'abord à analyser les dynamiques à l'œuvre dans les représentations d'une profession qui cultive une certaine indétermination⁴. A partir de la définition de Wilhelm Dilthey qui décrit la génération comme « un rapport de contemporanéité des individus », Guillaume Fagniez montre que s'intéresser au concept historique de temps implique d'interroger le « cadre commun de l'expérience » qui, dans le vécu des événements passés et présents, fonde cette unité générationnelle supposée⁵. En somme, il s'agit d'identifier l'existence d'un « ensemble générationnel » uni par une « situation générationnelle » qui les conduit à partager des expériences et des événements communs⁶. C'est ce cadre partagé de l'expérience contemporaine de l'engagement dans une carrière d'entrepreneur que dessine en creux l'analyse des représentations de la profession et de l'exercice du métier exprimées par ces futurs architectes.

L'analyse des logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre permet d'éclairer plus spécifiquement les motifs de l'engagement dans une carrière d'architecte à travers l'idée d'accéder à un statut social, de s'ancrer dans un territoire, de développer une approche collective et pluridisciplinaire du métier, de promouvoir une conception écoresponsable de la profession, mais aussi de se positionner sur un marché concurrentiel. La thèse de l'émergence d'une nouvelle éthique entrepreneuriale générationnelle permet aussi d'aller plus loin. Elle montre qu'au-delà des registres qui fondent l'éthique entrepreneuriale de ces futurs architectes

¹ MANNHEIM Karl, *Le problème des générations*, Paris, Nathan, 1990 [1928].

² Voir notamment LOWY Michael, PERIVOLAROPOULOU Nia, « Notes sur la réception de Mannheim en France », *L'Homme & la Société*, 2001/2-3 (n° 140-141), pp. 103-111. Ou plus précisément sur la notion de génération : BLAVIER Pierre, « La notion de génération en histoire », *Regards croisés sur l'économie*, 2010/1 (n° 7), pp. 44-46.

³ VAN DE VELDE Cécile, *Sociologie des âges de la vie*, Paris, Armand Colin, « 128 », 2015.

⁴ CHADOIN Olivier, 2013, *Op. Cit.*

⁵ FAGNIEZ Guillaume, « Wilhelm Dilthey et la recherche d'un concept historique de temps », *Archives de Philosophie*, 2014/3 (Tome 77), pp. 449-470.

⁶ VAN DE VELDE Cécile, 2015, *Ibid.*

se jouent aussi des jeux de rivalités entre générations qui s'expriment à travers les effets de « classement, déclassement et reclassement »¹ des pratiques des architectes. Si le statut de nouvel entrant donne vraisemblablement moins de poids et de légitimité à leur parole et sûrement moins d'assurance dans la construction d'un discours potentiellement alternatif sur l'*ethos* architectural, on peut penser que ces futurs architectes se placent dans une logique de production d'un discours visant à la fois à se distinguer et à justifier leur légitimité à intégrer ce champ professionnel. Aussi, à travers la promotion d'une pratique « locale », « collective » et « écoresponsable » du métier, transparait l'idée d'une forme de distinction nécessaire dans la manière dont ils jugent l'héritage des générations précédentes.

Dans la conception de la profession que défendent les répondants à l'enquête « Génération HMONP », l'utilité sociale de l'architecte tient d'ailleurs moins à son rôle dans le processus du projet architectural et urbain qu'à sa participation à un dessein qui le dépasse (cohésion territoriale, transition écologique...). Cela n'est pas sans rappeler les dilemmes entre éthique de conviction et éthique de responsabilité exprimées par Max Weber dans *Le savant et le politique*². Ces jeunes architectes semblent ainsi ne pas vouloir choisir entre ces deux types d'éthique en déclarant à la fois vouloir « rester fidèles à leurs convictions » tout en assumant la grande « responsabilité » de l'architecte dans la préservation de la planète dans les années à venir. Max Weber rappelle lui-même que ces deux éthiques « ne sont pas contradictoires et qu'elles se complètent l'une l'autre et constituent ensemble l'homme authentique, c'est à dire un homme qui peut prétendre à la « vocation politique » »³. L'analyse récurrente d'une profession d'architecte décrite en termes de « crise des vocations »⁴ apparaît donc peu pertinente. On pourrait même faire l'hypothèse inverse que derrière l'émergence de cette nouvelle éthique entrepreneuriale générationnelle s'exprime l'idée même d'une profession d'architecte perçue fondamentalement comme une vocation.

Le poids pris par la dimension éthique de l'engagement professionnel ne peut d'ailleurs pas se réduire aux seules futures générations d'architectes. Le mouvement des « déserteurs »

¹ BOURDIEU Pierre, « Classement, déclassement, reclassement », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 24, novembre 1978, pp. 2-22.

² WEBER Max, *Le savant et le politique*, Paris, Plon, 1959 [1919].

³ *Ibid.*, p. 199. Voir aussi TENZER Nicolas, « Éthique de responsabilité et éthique de conviction : l'intellectuel et le politique dans les démocraties modernes », in TENZER Nicolas (Dir.), *Pour une nouvelle philosophie politique*, Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 2007, pp. 103-124.

⁴ Parlant des métiers de la culture en général, la Ministre de la Culture, Rima Abdul-Malak s'inquiétait par exemple de cette « crise des vocations » dans ses vœux de l'année 2023.

ou des « bifurqueurs », selon comment on les nomme, dans les écoles d'ingénieurs et de commerce, traduit les mêmes revendications à satisfaire à la fois une quête de sens dans le travail, un impératif d'utilité et un besoin d'agir dans un contexte d'urgence à prendre le tournant de la transition écologique¹. Sans que l'on puisse encore clairement mesurer l'ampleur de ce phénomène, les carrières dans les grandes entreprises ou de fonctionnaires d'Etat jusqu'à perçues comme un marqueur de la réussite sont ainsi « désertées » par une partie des jeunes diplômés au profit de nouvelles dynamiques entrepreneuriales se réclamant le plus souvent du modèle alternatif de l'économie sociale et solidaire ou associatif.

Les aspirations à renouveler l'*ethos* de l'architecte vont inévitablement se heurter aux tenants d'un certain conservatisme au sein de la profession, mais elles n'en témoignent pas moins d'une dynamique entrepreneuriale de construction d'une nouvelle éthique qui vise aussi à justifier son engagement dans une carrière d'architecte. Sans tomber dans une opposition artificielle entre architecte « ancien style » et architecte « nouveau style », pour paraphraser Max Weber, on peut penser que la nouvelle éthique entrepreneuriale que propose cette future génération d'architectes aura nécessairement à affronter les formes récurrentes des « rhétoriques réactionnaires » décrites par Albert Hirschman². Entre les tenants de la préservation d'un ancien modèle et ceux de la promotion d'un nouvel *ethos* architectural, ce sont des luttes de pouvoir inhérentes au champ architectural qui s'expriment et dont les rapports de force, comme on l'a vu, évoluent dans le temps.

L'application de mon analyse de l'éthique entrepreneuriale à celle de l'engagement dans une carrière d'architecte a ainsi permis de révéler en creux l'expression des stratégies et des

¹ Ces expressions font notamment référence au discours prononcé en forme de manifeste des jeunes diplômés de l'école d'Agroparistech lors de leur remise de diplôme en avril 2022. Pour une analyse approfondie de ces discours, voir MORGAN Meyer, « S'engager, bifurquer, désert. Pragmatique des critiques et des sensibilités écologiques des élèves ingénieurs », 13 Working Papers Series, 22-CSI-1, Décembre 2022. Voir aussi CANONNE Justine, « Pourquoi les ingénieurs veulent « désert » », *Alternatives Économiques*, 2022/10 (N° 427), pp. 62-65.

² HIRSCHMAN Albert O., *Deux siècles de rhétorique réactionnaire*, Paris, Fayard, 1995 [1991]. Il y décrit 3 grands types d'argumentation réactionnaires. L'argument de « perversité » consiste à dire que tout changement entraînera nécessairement des conséquences négatives non prévues. L'argument d'« inanité » revient à dire que les changements ne produiront pas les effets escomptés et qu'ils sont par conséquent vains. Enfin le dernier argument de « mise en péril » mobilise la peur en mettant en avant les menaces du changement et ainsi justifier le maintien de l'ordre établi. Ce modèle semble d'ailleurs plutôt pertinent pour analyser les critiques dont font l'objet les entrepreneurs lorsqu'ils cherchent précisément à remettre en question l'ordre établi, même s'il convient une nouvelle fois de rappeler que cette figure de l'entrepreneur innovateur, décrit plus récemment comme « discursif », est largement surévaluée. Il est important également de souligner qu'Albert Hirschman explique lui-même à la fin de son ouvrage comment les promoteurs du « progrès » peuvent eux-mêmes user des mêmes arguments rhétoriques pour décrédibiliser leurs adversaires.

rivalités générationnelles¹ et ainsi d'élargir la compréhension des logiques d'action de l'acte d'entreprendre en le situant dans un champ spécifique. Comme si au-delà d'une combinatoire de logiques d'action propres aux jeunes architectes, l'acte d'entreprendre ne pouvait se défaire des logiques de champ et de la structure des luttes qui s'y déroulent. De la même manière que les entrepreneurs ont parfois du mal dans leurs discours à assumer le poids de la socialisation dans les orientations prises dans leurs trajectoires, les futurs architectes interrogés dans l'enquête « Génération HMONP » ont rarement abordé ces logiques stratégiques de positionnement dans un champ dans leur mode de justification d'une conception renouvelée de la profession, au-delà des débats sur l'accès au titre d'architecte. C'est aussi ce que j'ai pu constater en présentant depuis deux ans les résultats de mes travaux aux nouvelles promotions des inscrits à l'HMONP au sein de l'ENSAP de Bordeaux lors du séminaire de rentrée de la formation. Les débats qui ont suivi ont d'abord montré que ces futurs architectes se retrouvent bien dans les analyses en termes d'ancrage territorial ou encore dans les approches collective, pluridisciplinaire et écoresponsable de l'exercice du métier d'architecte. Mais, ils ont globalement du mal à admettre que cette promotion d'une nouvelle manière d'être architecte peut aussi être interprétée comme un positionnement stratégique visant à trouver leur place dans le champ de l'architecture. Quoi qu'il en soit, la récurrence des modes de justification de l'entrée dans la carrière d'architecte que je retrouve d'année en année lors de ces débats montre que ces préoccupations dépassent largement la génération HMONP interrogée dans l'enquête.

Comme le rappelle Fabienne Berton, dans un article consacré à la transformation des parcours sociaux, les analyses temporelles se doivent de prendre en considération les « effets de génération » tout comme les « effets de période »². Si l'impératif écologique apparaît indéniablement comme un marqueur générationnel pour ceux qui ont entre vingt et trente ans aujourd'hui, on pourrait aussi chercher les explications de l'émergence de cette nouvelle éthique entrepreneuriale dans un « effet de période » qui oblige plus largement à prendre en compte les effets de contexte et notamment les évolutions législatives et réglementaires³ qui

¹ C'est en partant de l'analyse des structures des rivalités dans le champ intellectuel que Randall COLLINS construit son analyse de l'histoire des idées et des formes in COLLINS Randall, *The sociology of philosophies : A global theory of intellectual change*, Cambridge, Harvard University Press, 1998.

² BERTON Fabienne, 2017, *Op. Cit.*, p. 132.

³ Depuis la loi sur l'architecture du de 1977, la loi du 12 juillet 1985 relative à la maîtrise d'ouvrage publique et à ses rapports avec la maîtrise d'œuvre privée (dite loi MOP) et plus récemment la loi sur la liberté de création, l'architecture et le patrimoine du 7 juillet 2016, ont tour à tour permis de préciser les missions et le champ d'intervention de l'architecte. De la même manière, le passage de la réglementation thermique RT 2012 à la réglementation environnementale RT 2020 va dans le sens de la réduction de l'empreinte carbone du secteur de la construction.

impactent nécessairement la pratique du métier d'architecte aujourd'hui. La concurrence accrue des autres métiers de la maîtrise d'œuvre, la baisse de la commande publique, obligent ainsi les nouveaux entrants à se positionner sur de nouveaux marchés, comme sur celui de la réhabilitation par exemple, ou à envisager leur installation sur des territoires ruraux où la concurrence leur paraît moins dure.

Accorder l'importance qu'il se doit à la réflexivité des acteurs n'implique pas, pour autant, de renoncer à interpréter leurs discours et mettre en lumière ce que ces derniers révèlent une fois mis en perspective et resitués dans un contexte ou comme ici dans un champ professionnel spécifique. C'est tout l'intérêt d'avoir mis à l'épreuve le modèle générique de compréhension de l'éthique entrepreneuriale en cherchant à le circonscrire au champ de l'architecture, même si cette idée semble *a posteriori* aller de soi : « la notion de champ est une notion simple : elle désigne un système de relations objectives entre des positions, implique une autonomie, etc., mais elle est difficile à mettre en pratique. Pourtant, lorsqu'elle est mise en œuvre, elle s'impose avec une sorte d'auto-évidence telle qu'on ne comprend pas pourquoi il est si difficile de la mettre en pratique »¹.

Plus généralement, la confrontation des conceptions générationnelles du métier d'architecte permet de tenter de dépasser des oppositions classiques, comme celles par exemple qui opposeraient architectes d'affaire et architectes artistes, avec l'idée d'un renouvellement de la profession par le développement d'une nouvelle narration sur la façon d'entreprendre une carrière d'architecte. Mais, sans doute faudrait-il ici aussi, dans une approche sociologique durkheimienne classique², interroger le poids des changements de la morphologie sociale du groupe des architectes, en particulier par sa féminisation.

L'éthique entrepreneuriale des jeunes architectes au prisme de la féminisation

Pour Olivier Chadoin « les effets qui affectent le groupe des architectes peuvent être analysés sur le registre économique comme une conséquence de la baisse du volume global de la commande, mais aussi, sur le registre sociologique, comme un des effets de l'affaiblissement

¹ BOURDIEU Pierre, « Séminaires sur le concept de champ, 1972-1975. Introduction de Patrick Champagne », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2013/5 (N° 200), pp. 4-37, p. 12.

² DURKHEIM Emile, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Quadrige, Presses Universitaires de France, 2013 [1894]

de la maîtrise que ce corps exerce sur sa construction sociale. De ce point de vue, la féminisation des effectifs professionnels offre un cas typique de source de changement interne à la profession »¹. On pourrait ainsi voir dans l'émergence d'une nouvelle génération d'architectes les conséquences d'un effet de recrutement qui a conduit à une diversification sociale de l'accès aux études d'architecture qui s'incarne notamment par une féminisation progressive entamée « en pente douce » depuis les années 1970². De 15% des diplômés (DPLG) en 1977, les femmes constituent, en 2021, un plus de la moitié (51%) des architectes diplômés d'Etat et environ 45% des titulaires de l'HMONP. Selon les données du rapport « Archigraphie » 2022, cette progression ne s'est pas faite dans les mêmes proportions en ce qui concerne l'inscription à l'Ordre : alors que les femmes représentaient seulement 17% des architectes inscrits à l'Ordre en 2000, cette part s'élève à un peu moins d'un tiers (32%) en 2021. Ce déséquilibre structurel tend peu à peu s'atténuer si l'on se place cette fois du point de vue des nouveaux entrants. En 2021, on atteint ainsi une quasi parité parmi les nouveaux inscrits à l'Ordre (49% de femmes pour 51% d'hommes). Il convient cependant de rappeler qu'alors qu'elles représentent aujourd'hui environ un tiers des architectes inscrits à l'Ordre, elles sont largement surreprésentées parmi les fonctionnaires (55%) et les salariés (43%), tandis qu'elles représentent 33% des architectes exerçant en libéral et 30% des associés.

Dans un focus consacré à la place des femmes dans la profession d'architecte, ce même rapport montre par ailleurs qu'elles exercent plus souvent à temps partiel (12% contre 9% des hommes) et qu'elles perçoivent des rémunérations largement plus faibles que les hommes (le revenu moyen des femmes travaillant en libéral représentait 61% du revenu des hommes en 2018, tandis que le salaire brut moyen horaire était égal à 83% du salaire moyen des hommes en 2016). Si cette différence s'explique en partie par la structure d'âge de la population des architectes, cela n'empêche pas les femmes de considérer à 68% qu'à responsabilités égales, elles ne sont pas autant rémunérées que les hommes (contre 30% des hommes). Dans des proportions similaires, elles considèrent qu'à responsabilités égales, elles ne sont pas aussi bien considérées que les hommes (68% pour les femmes contre 31% des hommes). Elles sont encore 44% à penser que l'articulation entre vie professionnelle et vie personnelle n'est pas satisfaisante, contre 29% des hommes. Enfin, on peut noter que si les enjeux liés au dérèglement

¹ CHADOIN Olivier, 2021, *Op. Cit.*, p. 148.

² LAPEYRE Nathalie, « Les femmes architectes : entre créativité et gestion de la quotidienneté », *Empan*, 2004/1 (n°53), pp. 48-55.

climatique étaient globalement considérés comme la préoccupation majeure des architectes en 2020 (78%), les femmes y sont plus sensibles plus que les hommes (83% contre 73%).

Près des deux tiers des répondants à l'enquête « Génération HMONP » sont des femmes, ce qui explique aussi qu'elles soient plus largement représentées dans les extraits d'entretiens et de mémoires proposés dans mon analyse. Sans remettre en question la pertinence d'une analyse en termes de genre, les éléments de l'enquête ne permettent pas nécessairement d'appuyer la thèse d'une disposition entrepreneuriale plus prononcée chez les femmes au sein de cette future génération d'architectes. La question du genre est d'ailleurs relativement peu ressortie dans l'enquête. On ne peut cependant nier que les femmes ont été visiblement plus disposées que leurs homologues masculins à proposer une approche alternative de la conception du métier dans leurs réponses à la question « Où vous voyez-vous dans 10 ans ? », comme en témoigne la fréquence des extraits issus des réponses des femmes mobilisées dans mon analyse. On peut ainsi considérer que dans l'émergence de cette nouvelle génération d'architectes les femmes sont en pointe.

Ce constat dit nécessairement quelque chose de la manière dont le passage par la création de sa propre entreprise peut se penser comme une manière de s'affranchir des inégalités persistantes qui marquent les carrières professionnelles des femmes¹. Mais, de la même manière que les discriminations plus globales que ces dernières subissent sur le marché de l'emploi ne s'est pas nécessairement traduit par une propension plus grande à s'engager dans la création d'entreprise, on peut se poser la question de la possibilité pour ces futures architectes de briser le plafond de verre par la seule voie de l'entrepreneuriat. Cela conduit, plus généralement, à interroger la masculinité inscrite dans les représentations de l'entrepreneur afin de réussir là encore à la déconstruire.

¹ Voir notamment : Collectif Architoo, « Où sont les femmes architectes ? L'égalité selon les Albums des jeunes architectes et paysagistes (AJAP) », *Métropolitiques*, 17 novembre 2021. URL : <https://metropolitiques.eu/Ou-sont-les-femmes-architectes.html>

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles généraux

ABDELNOUR Sarah, MEDA Dominique (Dir.), *Les nouveaux travailleurs des applis*, Paris, PUF, 2019.

AMIOT Michel, *Les misères du patronat. Le monde des petites et moyennes entreprises industrielles et de leurs patrons*, Paris, L'Harmattan, 1991.

BASTIN Gilles, ZALIO Pierre-Paul, « Enquêter sur l'activité économique (avant-propos) », *Terrains & travaux*, 2003/1 (n° 4), p. 3-5.

BAUDRY Bernard, *Économie de la firme*. Paris, La Découverte, « Repères », 2003.

BAUER Michel et BERTIN-MOUROT Bénédicte, *Les 200, Comment devient-on un grand patron ?*, Paris, Le Seuil, 1987.

BAUER Michel, « Pas de sociologie de l'entreprise sans sociologie de ses dirigeants », in SAINSAULIEU Renaud (Dir.), *L'entreprise, une affaire de société*, Paris, Presses de Sciences Po, 1992, pp. 147-174.

BAUER Michel, *Les patrons de PME entre le pouvoir, l'entreprise et la famille*, Collection « L'entreprise », Paris, InterEditions, 1993.

BECK Ulrich, *La société du risque. Sur la voie d'une autre modernité*, Paris, Aubier, 2001 [1986].

BECKER Howard S., *Man in Reciprocity*, New York, Frederick Praeger, 1956.

BECKER Howard S., *Outsiders*, Paris, Editons Métailié, Coll. Leçons de choses, 1985 [1964].

BECKER Howard S., *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988 [1982].

BERAUD Céline, « Individualisation », in PAUGAM Serge (Dir.), *Les 100 mots de la sociologie*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que Sais-Je ? », pp. 73-74.

BERLE Adolf A., MEANS Gardiner C., *The modern corporation and private property*, News Brunswick, N. J., Transactions Publishers, 1991 [1932].

BERTAUX Daniel, *Le récit de vie*, Paris, Armand Colin, Coll. 128, 2016 (4^{ème} édition).

BERTON Fabienne, « La transformation des parcours sociaux et la question de la porosité des sphères de la vie », *Vie sociale*, 2017/2 (n° 18), pp. 127-142.

BLAVIER Pierre, « La notion de génération en histoire », *Regards croisés sur l'économie*, 2010/1 (n° 7), pp. 44-46.

BIRNBAUM Pierre et al., *La classe dirigeante française*, PUF, 1978.

BOLTANSKI Luc, *Les cadres. La formation d'un groupe professionnel*, Paris, Les Editions de minuit, 1982.

BOLTANSKI Luc, THEVENOT Laurent, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

BOUBA-OLGA Olivier, GROSSETTI Michel, « Le récit métropolitain : une légende urbaine », *L'Information géographique*, 2019/2 (Vol. 83), pp. 72-84.

BOUDON Raymond, « La rationalité axiologique », in MESURE Sylvie (Ed.), *La rationalité des valeurs*. Paris, Presses Universitaires de France, « Sociologies », 1998, pp. 13-57.

BOUDON Raymond, *Raison. Bonnes raisons*, Paris, PUF, 2003.

BOURDIEU Pierre, « Le capital social », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 31, janvier 1980, pp. 2-3.

BOURDIEU Pierre, « L'illusion biographique », *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Seuil, Paris, 1994.

BOURDIEU Pierre, DE SAINT-MARTIN Monique, « Le patronat », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°20-21, mars-avril 1978, pp. 3-82.

BOURDIEU Pierre, « Classement, déclassement, reclassement », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 24, novembre 1978, pp. 2-22.

BOURDIEU Pierre, « Séminaires sur le concept de champ, 1972-1975. Introduction de Patrick Champagne », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2013/5 (N° 200), pp. 4-37.

CANTILLON Richard, *Essai sur la nature du commerce en général*, Paris, Institut national d'études démographiques, 1952 [1755].

CARNEY Brian M., GETZ Isaac, *Liberté & Cie. Quand la liberté des salariés fait le succès des entreprises*, Paris, Flammarion, Coll. « La clé des champs », 2016.

CASTEL Robert, *Les métamorphoses de la question sociale. Une chronique du salariat*, Paris, Fayard, 1995.

CHANDLER Alfred D., *La main visible des managers*, Paris, Economica, 1988 [1977].

CHAUVIN Pierre-Marie, « La sociologie des réputations. Une définition et cinq questions », *Communications*, 2013/2 (n° 93), pp. 131-145.

CHAUVIN Pierre-Marie, REIX Fabien, « Fiction et idéal-type : réflexions sur les hiérarchies sociales en Russie à partir du film de Pavel Lounguine *Un nouveau Russe* », in in DUFY Caroline, HERVOUET Ronan, GESSAT-ANSTETT Elisabeth, *Quelles hiérarchies sociales en Europe ?*, Editions Petra, 2009.

CHIAPELLO Ève, *Artistes versus managers. Le management culturel face à la critique artiste*, Paris, Éditions Métailié, « Leçons De Choses », 1998.

COLLE Rodolphe, CORBETT-ETCHEVERS Isabelle, DEFELIX Christian *et al.*, « Innovation et qualité de vie au travail : les entreprises « libérées » tiennent-elles leurs promesses ? », *Management & Avenir*, 2017/3 (N° 93), pp. 161-183.

COLLINS Randall, *The sociology of philosophies : A global theory of intellectual change*, Cambridge, Harvard University Press, 1998.

COLLIOT-THÉLÈNE Catherine, « Retour sur les rationalités chez Max Weber », *Les Champs de Mars*, 2011/2 (N° 22), pp. 13-30.

COUSIN Olivier, *Les cadres : grandeur et incertitudes*, Paris, L'Harmattan, 2004.

COUSIN Olivier, « Quelle place pour le travail ? », *L'Homme & la Société*, 2006/4 (N° 162), pp. 59-77.

CROZIER Michel, *Le Phénomène Bureaucratique*, Paris, Editions du Seuil, 1964.

CROZIER Michel, FRIEDBERG Erhard, *L'Acteur et le système*, Paris, Editions du Seuil, 1977.

DARBUS Fanny, « L'accompagnement à la création d'entreprise. Auto-emploi et recomposition de la condition salariale », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2008/5 (n° 175), pp. 18-33.

DARDOT Pierre, LAVAL Christian, *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*, Paris, La Découverte, 2009.

DE SAINT MARTIN Monique, *Les écoles de gestion et la formation des élites : actes du colloque*, Maison Suger, 10 et 11 octobre 1996, Editions des MSH, 1997.

DUBAR Claude, *La socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, A. Colin, 1991.

DUBET François, *Sociologie de l'expérience*, Paris, Seuil, 1994.

DUBET François, *Le déclin de l'institution*, Paris, Seuil, 2002.

DUMÉNIL Gérard, LÉVY Dominique, « Le capitalisme managérial. Les voies de l'hybridité », *Savoir/Agir*, 2019/3 (N° 49), pp. 43-53.

DURKHEIM Emile, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Quadrige, Presses Universitaires de France, 2013 [1894]

DUVAL Julien, OLLIVIER Carine, « Le néolibéralisme est-il inévitable ? », in PAUGAM Serge (Ed.), *50 questions de sociologie*. Paris, Presses Universitaires de France, « Hors collection », 2020, pp. 485-493.

- EHRENBERG Alain, *Le culte de la performance*, Paris, Calmann Levy, Essai Société, 1991.
- EHRENBERG Alain, *La fatigue d'être soi*, Paris, Odile Jacob, 1998.
- EHRENBERG Alain, *La société du malaise*, Paris, Odile Jacob, 2010
- ELIAS Norbert, *Mozart. Sociologie d'un génie*, Paris, Le Seuil, 1991.
- FABUREL Guillaume, *Les métropoles barbares, Le passager clandestin*, 2019.
- FAGNIEZ Guillaume, « Wilhelm Dilthey et la recherche d'un concept historique de temps », *Archives de Philosophie*, 2014/3 (Tome 77), pp. 449-470.
- FIJALKOW Yankel, « Crises et mal-logement : réflexions sur la notion de « vulnérabilité résidentielle » », *Revue des politiques sociales et familiales*, 2013, 114, pp. 31-38.
- FIJALKOW Yankel, MARESCA Bruno, *L'archipel résidentiel. Logements et dynamiques urbaines*, Paris, Armand Colin, « Le siècle urbain », 2022.
- FRANK Robert & COOK Philip, *The Winner Take All Society*, Free Press, NY, 1995.
- FRIEDMANN Georges, *Problèmes humains du machinisme industriel*, Paris, Gallimard, 1946.
- FRIEDMANN Georges, *Le travail en miettes*, Paris, Gallimard, 1956.
- GALBRAITH John K., *Le nouvel état industriel. Essai sur le système économique américain*, Paris, Gallimard, 1979 [1967].
- GAUJARD Chrystelle, « Vers un nouvel idéaltype organisationnel : une application de la méthode wébérienne aux start-up actuelles », *Innovations*, 2008/1 (n° 27), pp. 163-182.
- GIDDENS Anthony, *Les conséquences de la modernité*, Paris, L'Harmattan, 1994 [1990].
- GISLAIN Jean-Jacques, STEINER Philippe, *La sociologie économique : 1890-1920*, Paris, PUF, 1995.
- GOFFMAN Erving, *Stigmates. Les usages sociaux du handicap*, Paris, Les Editions de Minuit, 1975 [1963].
- GRANOVETTER Mark, « Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol. 91, n°3, 1985, pp. 481-510.
- GRANOVETTER Mark & SWEDBERG Richard, *The Sociology of Economic Life*, Westview Press, Boulder, Oxford, San Francisco, 2001 (second edition).
- GRESLE François, « Le patronat. Analyse et réflexions sur la littérature récente », *Revue française de sociologie*, Vol. 26, N° 4, pp. 661-694, 1985.
- GROSSETTI Michel, BES Marie-Pierre, « La dynamique des cercles et des réseaux. Encastremets et découplages », *Revue d'économie industrielle*, 103, 2003, pp. 43-58.

GROSSETTI Michel, BESSIN Marc, BIDART Claire (Dir.), *Bifurcations. Les sciences sociales face aux ruptures et à l'événement*, Paris, La Découverte, 2009.

GROSSETTI Michel, « Les narrations quantifiées. Une méthode mixte pour étudier des processus sociaux », *Terrains & travaux*, 2011/2 (n° 19), pp. 161-182.

GROSSETTI Michel, « Note sur la notion d'encastrement », *SociologieS* [Online], Théories et recherche, 2015. URL: <https://journals.openedition.org/sociologies/4997>

HONNETH Axel, *La lutte pour la reconnaissance*, Paris, Gallimard, 2013 [1992].

HIRSCHMAN Albert O., *Deux siècles de rhétorique réactionnaire*, Paris, Fayard, 1995 [1991].

HUGHES Everett C., « Carrières, cycles et tournants de l'existence » [1^{ère} édition 1954] in CHAPOULIE Jean-Michel, *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, Editions de l'EHESS, 1996.

KETS DE VIRES Manfred, *Combat contre l'irrationalité des managers*, Paris, Editions d'Organisation, 2002.

KIRZNER Israël, *Concurrence et esprit d'entreprise*, Paris, Economica, 2005 [1973].

KNIGHT Franck H., *Risk, Uncertainty and Profit*, Cambridge, Harvard University Press, 1921.

LAHIRE Bernard, *L'esprit sociologique*, Paris, La Découverte, 2007.

LHUILIER Dominique, « Le « sale boulot » », *Travailler*, 2005/2 (n° 14), pp. 73-98.

LOWY Michael, PERIVOLAROPOULOU Nia, « Notes sur la réception de Mannheim en France », *L'Homme & la Société*, 2001/2-3 (n° 140-141), pp. 103-111.

MA MUNG Emmanuel, *La diaspora chinoise, géographie d'une migration*, Paris, Editions Ophrys, 2000.

MANNHEIM Karl, *Le problème des générations*, Paris, Nathan, 1990 [1928].

MARCH James G. et SIMON Herbert A., *Les Organisations*, Paris, Dunod, 1979 [1958].

MARSDEN Terry et SONNINO Roberta, « Agriculture ou nouvelle économie agraire ? Les réseaux alimentaires locaux dans le Sud-Ouest de l'Angleterre », in MOLLARD Amédée (Ed.), *Territoires et enjeux du développement régional*, Versailles, Éditions Quæ, « Update Sciences & Technologies », 2006.

MARSHALL Alfred, *Principes d'économie politique*, Paris, Gordon & Breach, 1971 [1890].

MAZAUD Caroline, « Le rôle du capital d'autochtonie dans la transmission d'entreprises artisanales en milieu rural », *Regards sociologiques*, n° 40, 2010, pp. 45-57.

McCARTHY John D., ZALD Mayer N., « Resource, Mobilization and Social Movements : A Partial Theory », *American Journal of Sociology*, 82 (6), 1977, pp. 1212-1241.

- McCLELLAND David C., *The achieving society*, Princeton, Van Norstand, 1961.
- MEAD Georg-Herbert, *L'esprit, le soi et la société*, Paris, PUF, 2006 [1934].
- MÉDA Dominique et VENDRAMIN Patricia, "Les générations entretiennent-elles un rapport différent au travail ?", *SociologieS* [Online], Théorie et recherche, 2010.
- MENGER Pierre-Michel, *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2002.
- MENGER Pierre-Michel, « Le génie et sa sociologie. Controverses interprétatives sur le cas de Beethoven », *Annales*, Année 2002, 57-4, pp. 967-999.
- MENGER Pierre-Michel, « L'art analysé comme un travail », *Idées économiques et sociales*, 2009/4 (N° 158), pp. 23-29.
- MILL John Stuart, *Principes d'économie politique*, Paris, Guillaumin, 1889 [1848].
- MINGUET Guy, *Naissance de l'Anjou industriel*, Paris, L'Harmattan, 1985.
- MISES Ludwig von, *L'action humaine*, Paris, PUF, 1985 [1949].
- MOATI Philippe, « Entreprises et entrepreneurs : De la très petite à la grande entreprise, état des lieux », *Cahiers français*, n°309, « Les nouvelles logiques de l'entreprise », juillet-août 2002, pp. 3-8.
- MOYSAN-LOUAZEL Anne, « Les professions libérales réglementées, le marché et la concurrence – Le cas des experts-comptables et des avocats », *Comptabilité Contrôle Audit*, 2011/2 (Tome 17), pp. 89-111.
- MURRAY Henry A., *Explorations in Personality*, New York, Oxford University Press, 1938.
- OFFERLÉ Michel (Dir.), *Patrons en France*. Paris, La Découverte, « Hors collection Sciences Humaines », 2017.
- PARSONS Talcott, « Capitalism In Recent German Literature: Sombart and Weber », *The Journal of Political Economy*, Vol. 36, No. 6, Dec. 1928, pp. 641-661.
- PECQUEUR Bernard, *Le développement local*, Paris, Syros, 2000 [1989].
- PERROUX François, *La pensée économique de Joseph Schumpeter. Les dynamiques du capitalisme*, Genève, Librairie Droz, 1965.
- PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, Paris, Calmann-Lévy, 1999.
- PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, *Sociologie de la bourgeoisie*, Paris, La Découverte, Coll. Repères, 2000.

POLANYI Karl, *La grande transformation*, Gallimard, Paris, 1985 [1944].

POLLAK Michael, *Une identité blessée. Etudes de sociologie et d'histoire*, Paris, Editions Métailié, 1993.

QUERRIEN Anne, « Le capitalisme à la sauce artiste. Retour sur *Le nouvel esprit du capitalisme* », *Multitudes*, 2004/1 (n° 15), pp. 251-261.

RAMMSTEDT Otthein, « Werner Sombart, la sociologie en Allemagne et la 'sociologie allemande' », *Les Cahiers du Centre de Recherches Historiques* [En ligne], 00 | 1988.

ROTTER Julian B., « Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement », *Psychological Monographs*, n°80, 1966, pp. 609-633.

SAINSAULIEU Renaud, *L'identité au travail*, Paris, Presses de la FNSP, 1977.

SAY Jean-Baptiste, *Traité d'économie politique*, Paris, Calmann-Lévy, Coll. Les Classiques des sciences sociales, 1972 [1803].

SEN Amartya, *Ethique et économie, et autres essais*, Paris, PUF, 1993 [1987].

SENNETT Richard, *Le travail sans qualités : les conséquences humaines de la flexibilité*, Paris, Albin Michel, 2002.

SENNETT Richard, *Ensemble : pour une éthique de la coopération*, Paris, Albin Michel, 2014.

SCHUMACHER Ernst F., *Small is beautiful : une société à la mesure de l'homme*, Paris, Seuil, 1979 [1973].

SCHUMPETER Joseph A., *Théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1935 [1911].

SCHUMPETER Joseph A., *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Petite bibliothèque Payot, Coll. Les Classiques des sciences sociales, texte de la 2^{ème} édition de 1946, 1965 [1942].

SCHUMPETER Joseph A., *Histoire de l'analyse économique*, Paris, Gallimard, 1983 [1954].

SCHWARTZ Olivier, *Le monde privé des ouvriers. Hommes et femmes du Nord*, Paris, PUF, 1990.

SIMMEL Georg, « Digression sur l'étranger » in GRAFMEYER Yves et JOSEPH Isaac, *L'École de Chicago*, Paris, Aubier, 1984.

SOMBART Werner, *Le Bourgeois. Contribution à l'histoire morale et intellectuelle de l'homme économique moderne*, Paris, Payot, Coll. Les Classiques des sciences sociales, 1928 [1913].

STEINER Philippe, *La sociologie économique*, Paris, La découverte, 2005 [1999].

STEINER Philippe, « Une histoire des relations entre économie et sociologie », *L'Économie politique*, 2001/4 (n° 12), pp. 32-45.

SWEDBERG Richard, *Une histoire de la sociologie économique*, Paris, Desclée de Brouwer, 1994.

TARRIUS Alain, *Arabes de France dans l'économie mondiale souterraine*, Marseille, Editions de l'Aube, 1992.

TAYLOR Charles, *Le malaise de la modernité*, Paris, Editions du Cerf, 2001 [1992].

TENZER Nicolas, « Éthique de responsabilité et éthique de conviction : l'intellectuel et le politique dans les démocraties modernes », in TENZER Nicolas (Dir.), *Pour une nouvelle philosophie politique*, Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 2007, pp. 103-124.

VAN DE VELDE Cécile, « Problèmes politiques et sociaux », *La documentation française*, N°970, mars 2010.

VAN DE VELDE Cécile, *Sociologie des âges de la vie*, Paris, Armand Colin, « 128 », 2015.

WEBER Max, *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon, Coll. Les classiques des sciences sociales, 1964 [1904-1905].

WEBER Max, *Le savant et le politique*, Paris, Plon, 1959 [1^{ère} édition 1919].

WRIGHT MILLS Charles, *L'imagination sociologique*, La Découverte, 2006 [1967].

ZALIO Pierre-Paul, *Grandes familles de Marseille au XX^{ème} siècle. Enquête sur l'identité économique d'un territoire portuaire*, Paris, Belin, 1999.

Ouvrages et articles sur l'entrepreneuriat

ABDELNOUR Sarah, *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*, Presses Universitaires de France, Paris, 2017.

ALEXANDRE Olivier, COAVOUX Samuel, « Les influenceurs de la Silicon Valley. Entreprendre, promouvoir et guider la révolution numérique », *Sociologie*, 2021/2 (Vol. 12), pp. 111-128.

ANSART Sandrine, DUYMEDJIAN Raffi, POISSONNIER Hugues, « L'entrepreneur bricoleur ou les pratiques affichées de l'entrepreneur du XXI^e siècle », in GOMEZ-BREYSSE (Ed.), *L'entrepreneur au 21^e siècle. Reflet des évolutions sociétales*. Paris, Dunod, « Stratégies et management », 2012, pp. 75-100.

ALDRICH Howard, ZIMMER Catherine, « Entrepreneurship through the social networks » in SEXTON Donald L., SMILOR Raymond W. (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing Company, 1986, pp. 3-23.

ALDRICH Howard, MARTINEZ Martha, « Many Are Called But Few Are Chosen : An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory & Practice*, 25(4), Summer 2001, pp. 41-56.

AROCENA José et al., « La création d'entreprise, un enjeu local », *La documentation française*, n°4709-4710, 1983.

BARTHE Jean-François, CHAUVAC Nathalie, GROSSETTI Michel, « Entrepreneurs de circonstance : une enquête sociologique sur les fondateurs de start-up en France », *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 2016/3-4 (Vol. 15), pp. 163-180.

BONACICH Edna, « A Theory of Middleman Minorities », *American Sociological Review*, 38, 1973, pp. 583-594.

BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, *La légende de l'entrepreneur. Le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Paris, La découverte/Syros, 1999.

BOUTILLIER Sophie et UZUNIDIS Dimitri, « Les entrepreneurs aujourd'hui, continuité ou ruptures ? », *Cahiers français*, n°309 « Les nouvelles logiques de l'entreprise », juillet-août 2002, pp. 22-27.

BOUTILLIER Sophie, TIRAN André, « La théorie de l'entrepreneur, son évolution et sa contextualisation », *Innovations*, 2016/2 (n° 50), pp. 211-234, p. 232.

BRETON Yves, « La théorie économique de l'entrepreneur ou le problème de la connaissance économique », *Revue économique*, volume 35, n°2, 1984, pp. 247-266.

BRUYAT Christian, « Création d'entreprise : contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Grenoble II, octobre 1993.

BYGRAVE William B., HOFER Charles W., « Theorizing About Entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, no 2, winter 1991, pp. 13-22.

CARLAND James W., HOY Franck, CARLAND Jo Ann, « Who is an entrepreneur? Is a question worth asking », *American Journal of Small Business*, spring, 1988, pp. 33-39.

CASSON Mark, *L'entrepreneur*, Paris, Economica, 1991 [1982].

CHABAUD Didier et MESSEGHEM Karim, « Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation », *Revue française de gestion*, 2010/7, N°206, pp. 93-112.

CHADEAU Emmanuel, *L'économie du risque, les entrepreneurs 1850-1980*, Paris, Orban, 1988.

CHAMBARD Olivia, « La promotion de l'entrepreneuriat dans l'enseignement supérieur. Les enjeux d'une création lexicale », *Mots. Les langages du politique* [Online], 102 | 2013.

CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014.

CHAUVIN Pierre-Marie, ZALIO Pierre-Paul, « Singularisation », in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 507-522.

CLAISSE Christophe, « Auto-entrepreneurs » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 45-64.

COLIN-JAEGER Nathanaël, WIEDEMANN Étienne, « Aux origines nietzschéennes des ambiguïtés du concept d'entrepreneur : Schumpeter lecteur de Nietzsche », *Revue de philosophie économique*, 2021/2 (Vol. 22), pp. 89-124.

CONSTANTINIDIS Christina, « Femmes entrepreneures », in CHAUVIN Pierre-Marie GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, p. 287-300.

CUKIER Alexis, « Entrepreneur de soi ou travailleur aliéné ? », *Terrains/Théories* [En ligne], 6 | 2017.

FAYOLLE Alain, « Du champ de l'entrepreneuriat à l'étude du processus entrepreneurial : quelques idées et pistes de recherche », *CERAG*, n°32, 6^{ème} congrès international francophone sur la PME, octobre 2002, HEC Montréal.

FERRÉ Jean-Luc, *Les start-up. Nouvelle économie, nouvel eldorado ?*, Toulouse, Milan, Coll. « Les essentiels », 2000.

FILION Louis-Jacques, « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendance », *Revue Internationale PME*, vol. 10, n°2, 1997, pp. 129-172.

FILION Louis-Jacques, « Typologies d'entrepreneurs : Est-ce vraiment utile ? », in VERSTRAETE Thierry (Dir.), *Histoire d'entreprendre. Les réalités de l'Entrepreneuriat*, Editions Management et Société, 2000.

FLÉCHER Marion, « Le monde des start-up : le nouveau visage du capitalisme ? Enquête sur les modes de création et d'organisation des start-up en France et aux Etats-Unis », thèse de sociologie sous la direction de Sophie Bernard, Université Paris Sciences et Lettres, 2021.

FLÉCHER Marion, « Des cadres en quête de prestige. L'engagement entrepreneurial des créateurs et créatrices de start-up », *Formation emploi*, 2023/1 (n° 161), pp. 83-102.

GALLUZZO Anthony, *Le mythe de l'entrepreneur. Défaire l'imaginaire de la Silicon Valley*, Paris, La Découverte, Coll. « Zones », 2023.

GARTNER William B., « Who is an entrepreneur? Is the wrong question », *American Journal of Small Business*, summer, 1988, pp. 11-31.

GRANOVETTER Mark, « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs (traduction d'Ashveen PEERBAYE et Pierre-Paul ZALIO) », *Terrains & travaux*, 2003/1 (n° 4), pp. 167-206.

GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François, « Dynamique des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue française de sociologie*, 2008/3 (Vol. 49), pp. 585-612.

GROSSETTI Michel, REIX Fabien, « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel et ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses de Sciences Po, « Références », 2014, pp. 412-431.

GROSSETTI Michel, BARTHE Jean-François, CHAUVAC Nathalie, *Les Start-up, des entreprises comme les autres ? Une enquête sociologique en France*, Presses Sorbonne Université, Paris, 2018.

GUYOT Jean-Luc, VAN ROMPAEY Barbara, « Entrepreneuriat et création d'entreprise : survey de la littérature et état de la recherche », *Discussion Paper n° 0201*, Service des Etudes et de la Statistique du Ministère de la Région Wallonne, Jambes, 2002.

HERNANDEZ Émile-Michel, « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre », *Revue Française de Gestion*, N° 168-169, 2006, pp. 337-357.

HERNANDEZ Émile-Michel, « L'entrepreneuriat comme processus d'émergence organisationnelle », *Revue française de gestion*, 2008/5 (n° 185), pp. 89-105, p. 90.

LEVY-TADJINE Thierry, « Howard Aldrich – Une approche évolutionniste et sociale de l'entrepreneuriat » in MESSEGHEM Karim (Dir.), *Les Grands Auteurs en Entrepreneuriat et PME*. Caen, EMS Editions, « Grands auteurs », 2015, pp. 463-475.

LIGHT Ivan, « Immigrant and ethnic business », *Ethnic and Racial Studies*, 7, 1984, pp. 196-216.

MA MUNG Emmanuel, « L'entrepreneuriat ethnique en France », *Sociologie du travail*, vol. XXXVI, n°2, 1994.

MARSEILLE Jacques (Dir.), *Créateurs et création d'entreprise de la révolution industrielle à nos jours*, ADHE, Paris, 2000.

MARTY Olivier, MOREAU Régis et WEINBERGER David, *Start-up. Du mythe médiatique aux réalités sociologiques*, Paris, L'Harmattan, 2003.

McGRAW Egbert et ROBICHAUD Yves, « Le concept de contrôle du destin et son influence sur le comportement entrepreneurial », *Revue Internationale PME*, vol. 8, n°2, 1995, pp. 79-97.

MUCHERIE Mathieu, « L'entrepreneur dans la théorie autrichienne. Un homme sans qualité ? », *Revue internationale de psychologie*, 2008/32 (Vol. XIV), pp. 161-180.

MUSTAR Philippe, « L'entrepreneur schumpéterien a-t-il jamais existé ? », *Gérer et Comprendre. Annales des Mines*, mars 1994, pp. 30-37.

OLLIVIER Carine, « Tous entrepreneurs ? », in PAUGAM Serge (Ed.), *50 questions de sociologie*. Paris, Presses Universitaires de France, « Hors collection », 2020, pp. 355-364.

PEERBAYE Ashveen, ZALIO Pierre-Paul, « Introduction à « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs » de Mark Granovetter », *Terrains & travaux*, 2003/1 (n° 4), pp. 162-166.

PLOCINICZAK Sébastien, « La construction sociale du marché des très petites entreprises. Des réseaux sociaux au capital social local des entrepreneurs. L'exemple de l'arrondissement Lensois », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2003/3 (juillet), pp. 441-476.

PORTES Alejandro, BACH Robert L., *Latin journey*, Berkeley, University of California Press, 1985.

RAINELLI Michel, « Entrepreneurs et profits dans les « Principes » de John Stuart Mill et Alfred Marshall », *Revue économique*, Vol. 34, N°4, 1983, pp. 790-810.

RAVELEAU Benoît, « Le métier de patron : du miracle au défi entrepreneurial vendéen » in PIOTET Françoise (Dir.), *La révolution des métiers*, Paris, PUF, 2002, pp. 249-288.

REIX Fabien, « Créations d'entreprises et désirs d'autonomie », *Agora – Débats/Jeunesse*, N°45, 3^{ème} trimestre 2007, pp. 56-67.

REIX Fabien, « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrement relationnel et attachement symbolique », *Géographie Économie Société*, 2008/1 (Vol. 10), pp. 29-41.

REIX Fabien, « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », *Revue Interdisciplinaire sur le Management, l'Humanisme et l'Entreprise*, N°1, mars-avril 2012, pp. 37-52.

REIX Fabien, « Créateurs et création d'entreprise » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses Universitaires de Sciences Po, 2014, pp. 141-165.

REYNOLDS Paul D., « Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 1990, pp. 47-70.

SHANE Scott, VENKATARAMAN Shankaran, « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, 2000, pp. 217-226.

SHAPERO Albert, « The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur », *Psychology Today*, november, 1975.

SHAPERO Albert, SOKOL Lisa, « The social dimensions of entrepreneurship », in SEXTON Kent C., D., VESPER K. (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Engelwood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1982.

SHAVER Kelly G., SCOTT Linda R., « Person, Process, Choice: the psychology of new venture creation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n°1, 1992, pp. 23-45.

STEVENSON Howard H., JARILLO Carlos J., « A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management », *Strategic management journal*, vol. 11, 1990, pp. 17-27.

TANGUY Lucie, *Enseigner l'esprit d'entreprise le tournant politique des années 1980-2000*, Paris, La Dispute, 2016.

THORNTON Patricia H., « Sociology of Entrepreneurship », *Annual Reviews of Sociology*, 25, 1999, pp. 19-46.

VÉRIN Hélène, *Entrepreneurs, entreprises. Histoire d'une idée*, Paris, PUF, 1982.

VERSTRAETE Thierry (Dir.), *Histoire d'entreprendre. Les réalités de l'Entrepreneuriat*, Editions Management et Société, 2000.

VERSTRAETE Thierry, « Entrepreneuriat : modélisation du phénomène », *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 2001/1 (Vol. 1), pp. 5-23.

WAGNER Richard E., « Pressure Groups and Political Entrepreneurs : A Review Article », *Public Choice*, 1, 1966, pp. 161-170.

WALDINGER Roger, ALDRICH Howard, WARD Robin, « Ethnic entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies » in SWEDBERG Richard, *Entrepreneurship : the social science view*, Oxford University Press, New York, 2000.

ZALIO Pierre-Paul, « L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues », *Entreprises et Histoire*, juin 2004, N°35, pp. 16-30.

ZALIO Pierre-Paul, « Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières : de l'étude des mondes patronaux à celle de la grammaire de l'activité entrepreneuriale », *Sociétés contemporaines*, 2007/4, pp. 59-82.

ZALIO Pierre-Paul, « Sociologie économique des entrepreneurs », in STEINER Philippe (Dir.), *Traité de sociologie économique*. Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 2013, pp. 601-634.

Ouvrages et articles sur l'architecture

BIAU Véronique, « Stratégies de positionnement et trajectoires d'architectes », *Sociétés contemporaines*, 1998/1 (n° 29), pp. 7-25.

BIAU Véronique, « La consécration des grands architectes », *Regards sociologiques*, 25-25, 2003, non paginé.

BIAU Véronique et TAPIE Guy (Dir.), *La fabrication de la ville. Métiers et organisations*, Paris, Editions Parenthèses, 2009.

BOLLE Gauthier, DECOMMER Maxime et NÈGRE Valérie, « L'Agence : pratiques et organisations du travail des architectes (XVIII^e-XXI^e siècle) », *Les Cahiers de la recherche architecturale urbaine et paysagère* [Online], 9|10 | 2020.

BORGES Vera, VILLAVERDE CABRAL Manuel, « Les architectes au Portugal : entre la vocation et la profession », *Sociologie de l'Art*, 2016/1-2 (OPuS 25 & 26), pp. 153-176.

BROWN Laura, *La condition internationale des architectes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, Coll. « Le sens social », 2022.

CHADOIN Olivier, *Etre architecte : les vertus de l'indétermination. De la sociologie d'une profession à une sociologie du travail professionnel*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 2013 (2^{ème} édition).

CHADOIN Olivier, « Le champ architectural et ses marchés : un cas de « réhabilitation symbolique » », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2016/3 (N° 213), pp. 20-37.

CHADOIN Olivier, « Ramau et les architectes : approches sociologiques d'une profession », *Cahiers RAMAU*, 10/2019, pp. 185-205.

CHADOIN Olivier, *Sociologie de l'architecture et des architectes*, Marseille, Editions Parenthèses, 2021.

CHAMPY Florent, *Sociologie de l'architecture*, Paris, La Découverte, « Repères », 2001.

CHESNEAU Isabelle (Dir.), *Profession architecte*, Paris, Eyrolles, 2019.

DELATTRE Miguel, PETIT Renaud, ZARDET Véronique, « Ar(t)chitectes et management : histoires d'introduction d'outils de management chez les architectes », *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, 2015/2 (N° 120), pp. 4-15.

DELAUNAY Fanny et GOURVENNEC Estelle, « Les SCOP d'architecture : un modèle de coopération ? », *Les Cahiers de la recherche architecturale urbaine et paysagère* [Online], 9|10 | 2020.

GUÉNOT Marion, « Entre *ethos* professionnel et logiques d'entreprises : La recherche et l'innovation dans les agences d'architecture », *Les Cahiers de la recherche architecturale, urbaine et paysagère* [Online], 9|10 | 2020.

LAPEYRE Nathalie, « Les femmes architectes : entre créativité et gestion de la quotidienneté », *Empan*, 2004/1 (n°53), pp. 48-55.

LEFEBVRE Henri, « Le droit à la ville », *L'Homme et la société*, 1967, 6, pp. 29-35.

MACAIRE Élise, « Des architectes dans le champ socioculturel » in BUREAU Marie-Christine, PERRENOUD Marc, SHAPIRO Roberta (Dir.), *L'artiste pluriel. Démultiplier l'activité pour vivre de son art*, Editions du Septentrion, Lille, 2009, pp. 161-171.

MACAIRE Élise, « Collectifs d'architectes : expérimenter la coproduction de l'architecture » in « Les Mondes de l'architecture », *Lieux Communs – Les cahiers du LAUA*, N°17, ENSAN, janvier 2015, pp. 165-186.

MONTLIBERT Christian (de), *L'impossible autonomie de l'architecte : sociologie de la production architecturale*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, 1995.

MOULIN Raymonde et al., *Les Architectes. Métamorphose d'une profession libérale*, Paris Calmann-Lévy, 1973.

RUDOFISKY Bernard, *Architecture sans Architectes : brève introduction à l'architecture spontanée*, Editions du Chêne, 1977.

TAPIE Guy, *Les architectes : mutations d'une profession*, Paris, L'Harmattan, 2000.

VIOLEAU Jean-Louis, « L'architecte est-il un auteur ? », *Esprit*, 2013/12 (Décembre), pp. 85-95.

VIOLEAU Jean-Louis, *Les architectes et Mai 68*, Paris, Éditions recherches, 2005.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ	3
ABSTRACT	4
REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE	7
INTRODUCTION GÉNÉRALE	10
Du crépuscule de l'entrepreneur à son renouveau.....	13
Défaire le mythe de l'entrepreneur.....	20
...pour construire un regard sociologique sur l'acte d'entreprendre	23
PARTIE 1	27
LA FIGURE DE L'ENTREPRENEUR DANS LES SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SOCIALES	
CHAPITRE 1	35
L'ENTREPRENEUR DANS LA PENSÉE ÉCONOMIQUE	
D'une approche fonctionnelle à la caractérisation de l'entrepreneur schumpéterien..	
1. La fonction de prise en charge du risque.....	36
2. La fonction d'organisation et de gestion de la production	38
3. La fonction d'innovation et les mobiles de l'entrepreneur schumpéterien.....	40
L'entrepreneur comme moteur de l'évolution économique	40
L'innovation comme fonction spécifique de l'entrepreneur	41
Les figures de l'entrepreneur schumpéterien.....	42
L'entrepreneur héroïque	42
Les mobiles de l'entrepreneur	43
4. La fonction de gestion de l'incertitude de l'école autrichienne.....	45
L'entrepreneur-spéculateur.....	45
La vigilance de l'entrepreneur.....	48
5. La fonction de coordination des ressources et les facteurs sociaux de l'action entrepreneuriale..	49

CHAPITRE 2.....53
L'ENTREPRENEUR DANS LE CHAMP DE L'ENTREPRENEURIAT
Entre désintéret et vision psychologisante

1. Les problèmes de définition du champ de l'entrepreneuriat	54
2. L'approche processuelle des gestionnaires	55
3. L'approche par les traits des psychologues : une étude des motivations de l'entrepreneur	57
Le besoin d'accomplissement des entrepreneurs.....	57
Le besoin de contrôler son destin	59
Le besoin d'autonomie : le modèle « push-pull »	60

CHAPITRE 3.....65
L'ENTREPRENEUR EN SOCIOLOGIE
Une figure sociale qui « ne va pas de soi »

1. L'éthique entrepreneuriale chez Max Weber	68
L'organisation rationnelle du travail	69
L'éthique rationnelle issue du protestantisme ascétique	70
La sécularisation de l'ascétisme protestant	72
2. L'entrepreneur-bourgeois chez Werner Sombart	73
Esprit d'entreprise et vertus bourgeoises.....	73
Du bourgeois « vieux style » à l'homme économique moderne	75
Les sources de l'esprit capitaliste	77
3. Une sociologie du patronat plutôt que de l'entrepreneuriat	79
Le métier de patron.....	80
La naissance de la vocation de l'entrepreneur.....	83
L'ethos entrepreneurial des patrons.....	85
4. La dimension collective de la création d'entreprise	87
5. Le champ spécifique de l'entrepreneuriat ethnique.....	90
Les théories des minorités intermédiaires et de l'enclave ethnique	91
Le modèle interactif.....	92
L'entrepreneuriat ethnique en France.....	93
6. Les apports de la sociologie économique et du concept d'encastrement à la théorie de l'entrepreneur	94
7. Le monde des <i>start-up</i> au prisme de l'enquête sociologique	100

Une approche sociologique de l'éthique et des logiques d'action de l'acte d'entreprendre
..... 105

De l'entrepreneur à l'activité entrepreneuriale : le cas de la création d'entreprise	106
Comprendre les fondements de l'éthique entrepreneuriale aujourd'hui.....	108

PARTIE 2..... 113
CONNAÎTRE L'ENTREPRENEUR
COMPRENDRE SON ENGAGEMENT

Les créateurs d'entreprises sont-ils des entrepreneurs ?.....	118
La méthode biographique pour comprendre l'acte d'entreprendre	122
Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre	127

CHAPITRE 1..... 129
QUI SONT LES CRÉATEURS D'ENTREPRISE ?

L'essor de la création d'entreprise en France.....	130
1. L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprises.....	135
La sous-représentation des femmes.....	135
Des créateurs d'entreprises de tous âges.....	136
Une population peu diplômée.....	136
La surreprésentation des entrepreneurs étrangers.....	138
L'indépendance comme principale source de motivation.....	138
2. La diversité des trajectoires professionnelles des entrepreneurs	140
Une proportion d'anciens chômeurs qui tend à diminuer.....	140
La variété des catégories socioprofessionnelles représentées	142
Un projet entrepreneurial entre continuité et reconversion	143
La famille comme principal soutien lors de la mise en place du projet	144
Des relations professionnelles qui facilitent le démarrage de l'activité	147
3. Les principales caractéristiques des créations d'entreprises.....	147
Des entreprises individuelles plus que des sociétés.....	147
Les services, la construction et le commerce : des secteurs privilégiés	148
Des entreprises qui restent fragiles.....	150
4. De nouvelles entreprises aux ambitions modestes	152
Des entreprises créées généralement sans salariés, avec le fondateur comme seul maître à bord	152
Des entreprises avec de faibles moyens et des perspectives de développement restreintes	153
Des entreprises fréquemment aidées	154
Des entreprises qui se développent peu à court terme et moyen terme	156
Une clientèle essentiellement locale.....	156
Des entreprises peu « innovantes »	157

CHAPITRE 2..... 163
ENGAGEMENT ENTREPRENEURIAL ET HISTOIRE FAMILIALE

1. La famille comme modèle	164
L'inscription dans une tradition familiale entrepreneuriale	165
L'identification à un modèle d'indépendance professionnelle.....	166
2. La transmission du « goût » d'entreprendre	169
Le travail comme vertu.....	169
La valorisation de l'indépendance.....	171
3. Entreprendre pour être reconnu par sa famille	174
S'inscrire dans un processus d'ascension sociale.....	174
Maintenir un certain niveau de réussite sociale.....	176
4. La famille comme ressource.....	179
Partage d'expériences.....	179
Transfert de compétences.....	181
L'accès au financement	182
Le rôle du conjoint	185
La famille comme pourvoyeuse d'opportunités	186
5. La force du mythe du <i>self made man</i>	189
Le rejet de la figure de l'héritier.....	189
« Ne pas entrer dans le moule ».....	192

CHAPITRE 3..... 195
ENGAGEMENT ENTREPRENEURIAL ET TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES

1. Les entrepreneurs « push »	196
S'insérer durablement sur le marché du travail quand on est précaire : le cas de Daniel.....	196
Entreprendre suite à un licenciement : le cas de Bernard.....	199
Entreprendre suite un plan de restructuration : le cas de Benoît	201
Entreprendre suite à la revente de l'entreprise : le cas de Sacha.....	203
2. Les entrepreneurs « pull »	206
Faire reconnaître un niveau de diplôme : le cas de Juan	206
Entreprendre pour s'ouvrir de nouvelles perspectives professionnelles : le cas de Béatrice	208
Entreprendre pour combler un manque de reconnaissance professionnelle : le cas de Paul	210
Entreprendre pour rester dans une dynamique d'ascension professionnelle : le cas de Brigitte .	212
Entreprendre pour se réorienter professionnellement : le cas de Christian	214
Entreprendre pour donner du sens à son travail et à son existence : le cas de Benjamin	216

L'acte d'entreprendre comme expression d'une combinaison de logiques d'action219

- La logique d'intégration ou la création d'entreprise comme moyen d'accéder à un statut social219
- La logique stratégique ou la création d'entreprise comme un choix rationnel..... 222
- La logique subjective ou la création d'entreprise comme manière de réaliser un projet de vie.. 228

PARTIE 3.....237 **LA CONSTRUCTION D'UNE NOUVELLE ÉTHIQUE ENTREPRENEURIALE CHEZ** **LES ARCHITECTES**

- Le « moment réflexif » de l'HMONP 241
- « Architecte », un titre en débat..... 243

CHAPITRE 1.....255 **PORTRAIT DE L'ARCHITECTE EN ENTREPRENEUR**

- 1. La dualité artiste vs chef d'entreprise..... 255
- 2. L'entrepreneuriat dans le milieu de l'architecture..... 259
- 3. Les dimensions entrepreneuriales de l'engagement dans une carrière d'architecte 263
- 4. Une vision idéale du métier dans les projections à dix ans 265

CHAPITRE 2.....269 **S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D'ARCHITECTE POUR S'ANCER DANS UN** **TERRITOIRE**

- 1. S'éloigner de Paris pour revenir aux racines 270
- 2. L'appel du rural : entre utilité sociale et positionnement stratégique..... 273

CHAPITRE 3.....277 **S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D'ARCHITECTE POUR DÉVELOPPER UNE** **APPROCHE COLLECTIVE ET PLURIDISCIPLINAIRE DU MÉTIER**

- 1. Le goût du collectif..... 277
- 2. Une valorisation de la pluridisciplinarité et de la polyactivité 281
- 3. Un modèle coopératif proche des valeurs de l'économie sociale et solidaire 285

CHAPITRE 4.....289
S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE D'ARCHITECTE POUR PROMOUVOIR UNE
CONCEPTION ÉCORESPONSABLE DE LA PROFESSION

- 1. Manifeste pour une architecture écoresponsable..... 291
- 2. Une pratique écologique mettant en avant les matériaux durables 293
- 3. Le regain d'intérêt pour la réhabilitation comme expression de l'engagement écologique 296

La génération d'une nouvelle éthique professionnelle ?.....301

- L'ambition de renouveler la profession..... 302
- Quelle place pour le travail ?..... 303
- Une nouvelle éthique entrepreneuriale..... 305
- Une approche alternative du métier..... 308
- Une nouvelle génération d'architectes ?..... 310

CONCLUSION GÉNÉRALE314

- Etre entrepreneur de soi-même : une combinaison de logiques d'action plus qu'une injonction 315
- Entreprendre pour être maître de son destin : entre illusion et fiction utile 318
- L'éthique entrepreneuriale comme révélateur des rivalités générationnelles..... 320
- L'éthique entrepreneuriale des jeunes architectes au prisme de la féminisation..... 324

BIBLIOGRAPHIE329

ANNEXES.....351

ANNEXES

Versions intégrales des articles et chapitres d'ouvrages collectifs publiés entre 2007 et 2014.

- REIX Fabien, « Créations d'entreprises et désirs d'autonomie », *Agora – Débats/Jeunesse*, 3ème trimestre 2007, N°45, pp. 56-67.

- REIX Fabien, « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains », *Géographie Économie Société*, 2008/1, Vol. 10, pp. 29-41.

- REIX Fabien, « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », *Revue Interdisciplinaire sur le Management, l'Humanisme et l'Entreprise*, N°1, mars-avril 2012, pp. 37-52.

- REIX Fabien, « Créateurs et création d'entreprise » in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses Universitaires de Sciences Po, 2014, pp. 141-165.

- GROSSETTI Michel et REIX Fabien, « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales », in CHAUVIN Pierre-Marie, GROSSETTI Michel, ZALIO Pierre-Paul (Dir.), *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Presses Universitaires de Sciences Po, 2014, pp. 412-431.

- CHAUVIN Pierre-Marie et REIX Fabien, « Fiction et idéal-type : réflexions sur les hiérarchies sociales en Russie à partir du film de Pavel Lounguine *Un nouveau Russe* », in DUFY Caroline, HERVOUET Ronan, GESSAT-ANSTETT Elisabeth, *Quelles hiérarchies sociales en Europe?*, Editions Petra, 2009.

AGORA

DÉBATS / JEUNESSES



LES OUBLIÉS DE DEMAIN
Entretien avec Louis Chauvel

DOSSIER

Jeunes générations en Europe : regards croisés Est-Ouest

*Pierre-Marie Chauvin, Caroline Duly, Élisabeth Gessat-Anstett,
Ronan Hervouet, Cécile Van de Velde, Stéphane Portet,
Iréne Dos Santos, Fabien Reix*

DEVENIR ADULTE EN EUROPE

EMPLOIS PRÉCAIRES EN POLOGNE

FABRICATION DE LA LUSO-DESCENDANCE

JEUNES CRÉATEURS D'ENTREPRISE

SYSTÈME DE TROCS EN RUSSIE

UN MINEUR PEUT-IL ÊTRE PRÉSIDENT OU TRÉSORIER D'UNE ASSOCIATION ?
Jean-Claude Bardout

LES REPRÉSENTATIONS DE L'AUTONOMIE : UNE AFFAIRE DE GENRE
Monique de Saint Martin, Judit Vari, Barbara Bauchat



L'Harmattan

& Actualité

N° 45 - 3^E TRIMESTRE 2007

CRÉATION D'ENTREPRISE ET DÉSIRS D'AUTONOMIE

L'analyse des trajectoires biographiques de quarante-cinq créateurs d'entreprise aquitains permet de montrer que la construction des parcours de ces entrepreneurs s'inscrit dans des logiques générationnelles tant familiales qu'historiques. Cet article montre ainsi que l'engagement entrepreneurial relève aussi bien d'une volonté de mettre à distance son héritage familial que du désir, incarné par la jeune génération, de s'affranchir d'une partie des contraintes du capitalisme moderne en défendant une nouvelle conception du travail qui s'intègre dans un « projet de vie global ».

Fabien Reix
Chercheur au LAPSAC
Département de sociologie
Université Victor Segalen/Bordeaux-II
3 ter, place de la Victoire
33076 Bordeaux

Je tiens à remercier Caroline Dufy, Élisabeth Gessat-Anstett et Ronan Hervouet de m'avoir permis de participer à leur séminaire « Générations et sociétés en Europe : héritages, décalages ». Merci également à Pierre-Marie Chauvin et Virginie Malochet pour leurs précieuses relectures.

Les travaux sur la création d'entreprise, principalement d'obédience économique, accordent peu d'importance aux individus qui en sont à l'origine, préférant comme objet d'étude l'entreprise à l'entrepreneur. Faire de la création d'entreprise un objet sociologique revient à considérer ce phénomène comme une action sociale et à s'intéresser en premier lieu à la démarche des acteurs sociaux qui accomplissent cet acte¹. Aussi cette recherche adopte-t-elle une approche compréhensive d'inspiration weberienne en cherchant à identifier les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. Cette enquête s'appuie donc sur une méthode proprement qualitative à travers l'analyse d'un matériau constitué d'entretiens biographiques semi-directifs, réalisés selon la technique des « récits de vie² », auprès d'un panel de quarante-cinq créateurs d'entreprise aquitains³. En questionnant leur parcours tant personnel que professionnel, on peut repérer les différentes logiques de justification de l'acte d'entreprendre mobilisées par des acteurs aux profils très hétérogènes. En effet, toutes les études quantitatives⁴ démontrent que les créateurs d'entreprise ont des caractéristiques très différentes en termes d'origine sociale, d'âge, de niveau de diplômes, etc. Pour respecter la diversité de la catégorie des créateurs d'entreprise, nous avons privilégié l'analyse des cas les plus variés tant au niveau du profil du créateur qu'au niveau du type d'entreprise créée. L'échantillon d'étude est par conséquent volontairement hétérogène afin de coller au plus près de la réalité de notre terrain⁵. Nous faisons ainsi l'hypothèse que ce que les entrepreneurs ont en commun n'est pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre. L'objectif de cette étude est donc d'éclairer les significations générales de l'acte d'entreprendre à travers la comparaison d'un ensemble de cas singuliers.

Dans leurs discours, l'accès à l'autonomie apparaît comme le principal motif d'action et de justification de leur engagement dans une carrière entrepreneuriale. En axant l'analyse sur les jeunes créateurs d'entreprise aquitains, on observe que ce désir d'autonomie s'appuie d'une part sur une volonté de mettre à distance leur héritage familial et d'autre part sur une volonté de s'émanciper des contraintes du capitalisme moderne. Ces deux types de revendications renvoient à deux

¹ Cet article s'appuie sur une enquête effectuée dans le cadre d'un doctorat de sociologie sur les créateurs d'entreprise en Aquitaine réalisé à l'université Victor Segalen/Bordeaux-II, sous la direction du professeur François Dubet. Cette recherche se concentre par ailleurs sur les créations d'entreprises dites « pures », excluant de fait les cas de reprises, et concerne pour l'essentiel des TPE (0 à 9 salariés) et quelques PME (10 à 499 salariés) qui, selon l'INSEE, ont la particularité en France de représenter la quasi-totalité du parc national d'entreprises (respectivement 93 % et 7 %, les grandes entreprises de plus de 500 salariés ne représentant que 0,1 % de l'ensemble).

² Cette méthode consiste à s'intéresser à l'action comme un processus en invitant les personnes interviewées à porter un regard rétrospectif sur leurs parcours au cours de longs entretiens, voir Berteaux, 1997.

³ Afin de faciliter les contacts avec des créateurs d'entreprise souvent peu disponibles, nous avons choisi de limiter le terrain d'enquête à la Région Aquitaine.

⁴ Cette étude s'appuie également sur une analyse secondaire des enquêtes système d'information sur les nouvelles entreprises (SINE) de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise de 2003 permettant de fournir des données de cadrage en complément des éléments plus qualitatifs issus des entretiens.

⁵ L'échantillon des créateurs se compose de la façon suivante : sexe, 12 femmes, 33 hommes ; âge, moins de 35 ans : 15, 35/50 ans : 17, plus de 50 ans : 13. Les entreprises créées concernent des domaines d'activité très divers (artisanat, commerce, haute technologie, services aux particuliers, services aux entreprises, industrie, etc.) et sont pour l'essentiel des PME, voire des TPE puisque les trois quarts ont moins de 10 salariés.

dimensions importantes du concept de génération : la dimension « généalogique », qui repose sur l'inscription dans une histoire familiale⁶, et la dimension « conjoncturelle », qui renvoie à l'inscription dans un contexte sociohistorique donné⁷. Cet article propose ainsi d'aborder la question du sens de l'acte d'entreprendre à partir de ces deux dimensions complémentaires de la notion de génération. D'abord, l'acception « généalogique » nous permettra de dévoiler toute l'ambivalence du positionnement des entrepreneurs face à leur héritage familial. Nous verrons ainsi que la référence implicite à la figure du *self-made man* les amène à relativiser le rôle des solidarités intergénérationnelles dans la mise en place de leur projet entrepreneurial. Puis, la conception « sociohistorique » nous conduira, à partir d'une comparaison du discours des plus jeunes avec celui des plus anciens, à nous intéresser aux différentes manières de concevoir l'articulation entre vie professionnelle et vie privée. L'acte d'entreprendre apparaît ainsi comme un véritable projet de vie pour une nouvelle génération d'entrepreneurs cherchant à redéfinir la place qu'occupe le travail dans leur vie⁸.

L'AMBIVALENCE DE LA GESTION DE L'HÉRITAGE FAMILIAL CHEZ LES ENTREPRENEURS

Si l'on s'appuie sur une définition généalogique de la notion de génération, soit un ensemble lié par la filiation, on observe que le projet entrepreneurial témoigne bien souvent d'une logique d'insertion dans une trajectoire familiale même si elle reste parfois implicite. Pour Claudine Attias-Donfut, cette dimension familiale est décisive pour appréhender la question des générations car « finalement, seul l'univers familial favorise les contacts et les interactions entre toutes les générations⁹ ». Dans cette perspective, on pourrait faire l'hypothèse inspirée du modèle théorique de Pierre Bourdieu que c'est la famille qui transmettrait le « goût » d'entreprendre en plus d'offrir certaines ressources nécessaires pour créer une entreprise¹⁰. La plupart des entrepreneurs – en particulier les plus jeunes – ont pourtant une image assez péjorative des parcours marqués du sceau de l'héritage familial et les mobilisent souvent d'emblée comme un contre-exemple de ce qu'ils sont. Sans aller jusqu'à parler d'« illusion biographique¹¹ », notons que le rapport ambigu qu'ils entretiennent avec leur milieu social les conduit souvent à minimiser les influences de leur environnement familial qui apparaissent plus volontiers dans le discours de leurs proches (amis, associés, employés...) que nous avons rencontrés par ailleurs¹². La question des rapports intergénérationnels peut alors être abordée autant en termes de conflit (dénégation de l'héritage familial lorsqu'on revendique un parcours de *self-made man*) qu'en termes d'entraide (rôle des solidarités familiales dans la mise en place d'un projet de création d'entreprise).

⁶ Attias-Donfut, 2000.

⁷ Mannheim, 1990.

⁸ La référence à la notion de tournant biographique renvoie à celle de *turning points* que l'on retrouve chez Everett C. Hughes (1996).

⁹ Attias-Donfut, 2000.

¹⁰ C'est aussi la thèse que défendent Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis (1999).

¹¹ Bourdieu, 1994.

¹² L'usage de sources croisées sur une même histoire permet en effet de pallier, en partie, la tendance bien connue des chercheurs s'appuyant sur les récits de vie de rationalisation, voire d'héroïsation, *a posteriori* des parcours personnels. C'est la méthode que préconise l'auteur dans Grosset, 2006.

Entre transmission du « goût d'entreprendre » et dénégation de l'hérité sociale

La présence d'entrepreneurs dans l'entourage proche des créateurs d'entreprise est relativement fréquente¹³. Pourtant, il est rare que ces derniers conçoivent leurs parcours comme la reproduction d'un modèle familial. Ils préfèrent voir dans les expériences entrepreneuriales de leurs proches une simple occasion de glaner quelques conseils pratiques au moment du démarrage de leur entreprise et réfutent ainsi l'idée que ces exemples familiaux aient pu les influencer en tant que modèles.

Pour la plupart des créateurs d'entreprise, l'influence du milieu social d'origine se traduirait plutôt dans la transmission d'une éducation valorisant pêle-mêle « la créativité », « la prise d'initiatives », « l'autonomie », « l'indépendance », vertus essentielles à leurs yeux pour devenir entrepreneur. Cette transmission sociale du goût d'entreprendre et le partage d'une certaine représentation du monde des affaires restent tout de même plus facilement évoqués par les plus âgés d'entre eux. Mais, au final, tous tiennent à limiter la portée explicative de leur histoire familiale.

Lorsqu'on leur demande de décrire leurs parcours, les entrepreneurs valorisent souvent le fait d'être des « autodidactes », d'avoir des parcours « atypiques » ou « zigzagants ». Leur projet de création d'entreprise peut alors s'inscrire dans une volonté aussi bien d'ascension sociale que de maintien d'un certain niveau de réussite familiale, notamment chez ceux qui étaient en échec scolaire¹⁴. Ainsi, pour ceux qui sont issus d'une famille où tous les membres ont globalement bien réussi sur les plans scolaire et professionnel, la création d'une entreprise s'apparente à un moyen de « se mettre à niveau » sans passer par la voie scolaire. Même si, particulièrement en France, le prestige social reste attaché aux « beaux diplômés » ou aux « belles situations », l'image de l'entrepreneur est suffisamment valorisée en soi pour être conçue comme un mode alternatif de réussite sociale. Ils revendiquent alors une place à part dans leur famille et se décrivent comme « le vilain petit canard », « le saltimbanque » ou encore « l'excentrique ». Créer sa propre entreprise devient un moyen de prouver sa valeur auprès des siens, révélant souvent des relations complexes avec les parents, notamment avec la figure paternelle en ce qui concerne les hommes :

« J'ai toujours été en admiration devant mon père. J'ai toujours vu mon père comme un chef d'entreprise, je l'ai toujours vu commander. Donc, au début si j'ai un peu déconné et tout quand j'étais jeune, c'était le schéma classique : c'était un peu pour l'emmerder. À l'époque où il m'avait proposé de travailler avec lui, dans

¹³ Selon les enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise en 2003, 65 % des créateurs d'entreprise ont des exemples d'entrepreneurs dans leur proche entourage. Ce chiffre se retrouve dans des proportions similaires dans notre échantillon d'étude (deux tiers) même s'ils sont finalement peu nombreux à avoir des parents eux-mêmes entrepreneurs (un quart), les autres exemples se partageant entre des frères et sœurs, des oncles, des tantes, des cousins ou des amis proches.

¹⁴ Selon les enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise en 2003, le niveau de diplôme des créateurs d'entreprise est d'ailleurs assez faible : 70 % ont un diplôme inférieur ou égal au baccalauréat.

REVUE ARS
DE CHOCOLAT

DIPLOME
PREMIERE
EN PHILOSOPHIE

PARTICIPATION
DE LA LISSA-
SECONDAIRE

JEUNES
CRÉATEURS
D'ENTREPRISE

SYSTÈME
DE TRAVAIL
EN SCÈNE

son cabinet d'assurances, je devais avoir 18 ans, je ne pouvais pas supporter de rentrer dans ce moule-là. Mais après, dès que ça a commencé à marcher, j'étais fier, je l'appelais souvent au téléphone. Et maintenant, il paraît – enfin je l'ai appris par d'autres personnes – qu'il est très fier de mon parcours. Le fait de m'être lancé dans la création d'entreprise, il y a ça aussi : toujours cette histoire du père, je le raconte souvent, de vouloir l'épater, de vouloir lui montrer que j'étais capable de me débrouiller sans suivre la même voie que lui. » (Patrick, 45 ans, BTP, 1992¹⁶.)

On retrouve chez nombre d'entrepreneurs cette tension entre la gestion de l'héritage familial et la volonté d'affirmation de soi. Ils sont ainsi plusieurs à avoir refusé d'intégrer ou de reprendre l'entreprise familiale afin de « ne pas rentrer dans le moule », comme ils disent typiquement. Il est d'ailleurs intéressant de noter que ceux qui sont aujourd'hui en âge de se poser la question de la transmission de leur entreprise défendent l'idée qu'il serait contre-productif de la transmettre à leurs enfants :

« Mon fils a fait Sup de co. Mais je fais tout pour le décourager dans l'idée de reprendre l'affaire à ma suite. Je ne pense pas que ce soit une bonne idée pour lui. [...] Lui commence à avoir l'idée de créer sa propre boîte. Il n'a que 25 ans mais il me dit : "Dans moins de cinq ans, j'aurais créé ma boîte !" Alors lui, c'est différent, il veut créer un truc important avec des gros capitaux de départ et tout [rires] ! Moi, je pense qu'il a raison de vouloir créer sa propre entreprise et je ne l'imagine pas reprendre la mienne. Je pense que moi, je vendrai bientôt mais je suis plus à l'encourager de créer son affaire à lui que de reprendre la mienne. » (Hélène, 55 ans, marketing, 1992.)

Cet exemple montre bien que la transmission familiale concerne plus la valorisation de l'esprit d'entreprendre que l'entreprise familiale elle-même¹⁶. Au-delà de cette idée de transmission d'un capital culturel plus ou moins bien reconnue, l'influence des rapports intergénérationnels sur l'engagement entrepreneurial apparaît de manière beaucoup plus prégnante lorsque l'on aborde la question à travers la notion de capital social¹⁷.

Le rôle des solidarités intergénérationnelles dans le démarrage d'une activité entrepreneuriale

Le rôle de la famille, généralement présentée comme un soutien moral indispensable lors de la période souvent délicate du démarrage de l'activité, est, en réalité, loin de se réduire à cette seule fonction de sécurité affective. Si les ressources familiales ne sont qu'une partie des ressources que les entrepreneurs tirent de relations sociales, elles sont toujours plus ou moins mobilisées dans la construction de leur projet de création d'entreprise¹⁸. Les travaux récents de sociologie économique autour du concept d'encastrement (*embeddedness*) invitent en effet à envisager l'activité entrepreneuriale comme socialement située, l'action des entrepreneurs devant être considérée comme « encadrée » dans des réseaux de relations¹⁹.

¹⁶ Les informations entre parenthèses indiquent le prénom du créateur, son âge (au moment de l'entretien), le secteur d'activité et l'année de création de l'entreprise.

¹⁶ Sur la question de la transmission d'entreprise, voir Pinçon et Pinçon-Charlot, 1999.

¹⁷ Pour une vision d'ensemble de ce concept particulièrement fécond ces dernières années, voir Bevort, Lallement, 2006.

¹⁸ Zalic, 2004.

¹⁹ Granovetter, 2000.

Dans certains cas, un membre de la famille (le plus souvent le père) peut même être à l'initiative de l'opportunité de créer l'entreprise comme en attestent, entre autres, les trois exemples suivants. Le premier où un père, haut fonctionnaire de la santé, est directement à l'origine du projet de son fils de créer une société d'édition précisément spécialisée dans le secteur de la santé. Dans le deuxième, un père, assureur, a permis le démarrage de l'entreprise de peinture de son fils en lui renvoyant une partie de ses clients victimes d'un dégât des eaux. Enfin, le dernier exemple concerne un père, ouvrier du bâtiment à quelques années de la retraite, ayant décidé de créer sa propre entreprise en s'associant à son fils afin de « lui mettre le pied à l'étrier », pour reprendre ses propres mots²⁰.

Par ailleurs, les créateurs d'entreprise ont peu recours aux conseils des organismes professionnels pour l'élaboration de leur projet et préfèrent s'appuyer en priorité sur leur entourage familial quand ils ne gèrent pas eux-mêmes les choses²¹. Il n'est ainsi pas rare qu'un membre de la famille remplisse, de manière officielle ou officieuse, les fonctions de conseiller juridique, d'administratif ou de comptable, notamment lors de la phase de démarrage de l'entreprise. Dans plusieurs cas, j'ai pu aussi remarquer que c'est l'entreprise du père qui héberge celle du fils les premiers mois de son existence, lui permettant de bénéficier d'un local et d'infrastructures à moindre coût.

L'entourage proche peut également être mobilisé dans la recherche de financements, mais rarement de manière directe. Soucieux d'accéder à une forme d'autonomie financière, les entrepreneurs vont privilégier, autant que possible, l'autofinancement, quitte à démarrer avec des moyens relativement modestes. Ils déclarent ainsi vouloir assumer seuls le risque inhérent à toute création d'entreprise et éviter les possibles vellétés d'ingérence liées à la participation financière d'un tiers. Les proches peuvent être cependant sollicités en tant qu'intermédiaires pour faciliter l'accès aux emprunts bancaires (un membre ou un ami de la famille travaillant dans le milieu bancaire, etc.) ou permettre d'étendre leur « réseau business » en les mettant en relation avec des « figures » du milieu local des affaires.

Parce que la création d'une entreprise nécessite d'avoir accès à un grand nombre de ressources, la possibilité de s'appuyer sur un « capital social familial²² » semble ainsi déterminante, en particulier lors de la mise en place du projet. Si les entrepreneurs minimisent souvent ce type de soutiens, il convient de prendre la mesure de la force du mythe du *self-made man* dans la construction de l'image d'un entrepreneur dont la réussite ne doit rien à personne. Au final, qu'il relève

La transmission familiale concerne plus la valorisation de l'esprit d'entreprendre que l'entreprise familiale elle-même.

²⁰ Ce dernier cas, bien qu'atypique, offre un exemple de collaboration intergénérationnelle dans un projet entrepreneurial sans pour autant qu'il se fasse dans le cadre d'une transmission familiale d'entreprise.

²¹ Selon les données des enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise en 2003, la mise en place du projet se fait majoritairement seul (53,3 %), avec le conjoint ou une autre personne de la famille (36,1 %), et très rarement avec un organisme de soutien à la création d'entreprise (9,9 %), le chiffre concernant les membres de l'entreprise précédente étant quant à lui protégé par le secret statistique.

²² Expression employée notamment par Plociniczak, 2003.

d'une forme d'émancipation sociale ou du désir de préserver un certain statut, l'acte d'entreprendre reste une manière de se positionner par rapport à son histoire familiale. En effet, pour Karl Mannheim, « même dans la négation, on s'oriente fondamentalement par rapport à ce qui est nié et on se laisse involontairement déterminer par ce qu'on nie²³ ».

L'étude de l'influence des dynamiques intergénérationnelles sur les carrières d'entrepreneurs montre que leur parcours se construit autour d'une logique d'appropriation de l'héritage familial qui relève autant du conflit que de l'entraide. Cette tension qui est particulièrement prégnante chez les plus jeunes se retrouve néanmoins dans la plupart des récits des créateurs d'entreprise. En revanche, des différences plus nettes se font jour lorsque l'on aborde la question des générations et de l'acte d'entreprendre sous un angle plus « historique » en confrontant le rapport au travail des plus jeunes à celui des plus anciens²⁴.

CRÉATION D'ENTREPRISE ET RAPPORT AU TRAVAIL : VERS UNE NOUVELLE GÉNÉRATION D'ENTREPRENEURS ?

Pour Karl Mannheim, le problème des générations est un élément essentiel de la compréhension du changement social. Sa définition historique du concept de génération permet ainsi de distinguer des groupes collectifs ou sociaux ayant des orientations culturelles ou des intérêts communs du fait qu'ils partagent l'expérience d'une même conjoncture, ce qui leur assigne une position dans un processus historique. Au regard des analyses historiques de Max Weber et de Joseph Schumpeter²⁵, on peut donc prétendre qu'à travers l'étude du type idéal de l'entrepreneur, c'est l'esprit même du capitalisme que l'on peut entrevoir en filigrane. Dans cette perspective, une étude comparative du rapport au travail entre « jeunes » et « anciens » créateurs d'entreprise permet de faire l'hypothèse de l'émergence d'une nouvelle génération d'entrepreneurs marquée par un nouveau rapport au travail et à la vie privée. Selon Richard Sennett²⁶, les caractéristiques du néo-capitalisme telles que la précarité des statuts, l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique, ou encore le spectre du chômage interdiraient aujourd'hui de construire des projets de vie. Les jeunes créateurs d'entreprise que j'ai rencontrés décrivent pourtant leur engagement dans une carrière d'entrepreneur comme « un projet de vie global » qui dépasse largement le cadre de la sphère professionnelle. En effet, il semble que cette nouvelle génération d'entrepreneurs ne soit plus prête comme l'ancienne à « sacrifier » sa vie au travail mais qu'elle cherche plutôt à concilier au mieux vie sociale, vie de famille et vie professionnelle.

Contrôler son travail pour harmoniser les sphères professionnelle et familiale

La manière dont les plus jeunes décrivent leur rapport au travail et leur relation au temps contraste avec l'image d'un entrepreneur forçat de travail véhiculée par

²³ Mannheim, 1999.

²⁴ Cette analyse du rapport au travail s'appuie sur une comparaison entre deux générations distinctes selon l'âge du créateur à l'intérieur de mon panel : les « jeunes » entrepreneurs de moins de 35 ans et les « anciens » entrepreneurs de plus de 50 ans.

²⁵ Weber, 2003 ; Schumpeter, 1998.

²⁶ Sennett, 2000.

les plus âgés. C'est peut-être là l'une des distinctions les plus nettes entre les différentes générations d'entrepreneurs rencontrées. La représentation du chef d'entreprise qui ne vit que pour son travail, qui « fait des horaires à rallonge » et qui ne prend pas de vacances correspond plutôt à un modèle ancien de la fonction de patron. Elle reste principalement véhiculée par les entrepreneurs les plus âgés. Ils évoquent ainsi le peu de temps qu'ils ont à consacrer à leur vie de famille comme un sacrifice nécessaire à l'exercice de leur fonction de dirigeant d'entreprise. Ils s'identifient d'ailleurs plus volontiers à la figure du dirigeant ou du patron qu'à celle du créateur ou de l'entrepreneur. On retrouve ainsi chez les plus anciens cette idée que devenir chef d'entreprise est avant tout une manière de changer de statut en accédant au « monde des patrons » :

Pour ces jeunes entrepreneurs, devenir son propre patron, c'est avant tout le sentiment d'avoir la liberté de choisir son activité et de gérer son temps.

« Les chefs d'entreprise de ma génération pensent très peu à leur famille et à leur patrimoine par rapport à la place que prend leur entreprise. La plupart d'entre eux sont dans un profil 100 % boulot. (...) Une de mes motivations à devenir chef d'entreprise, c'était de faire partie de ce monde-là tout simplement : faire partie d'un syndicat de dirigeants, avoir ma carte chez Métro, etc. » (Francis, 55 ans, services aux entreprises, 1989.)

On ne retrouve pas ce type de motivation chez les plus jeunes. Comme tant d'autres, un jeune entrepreneur, ex-cadre dans la grande distribution, explique au contraire que l'un des intérêts d'être aujourd'hui son propre patron, c'est justement de pouvoir s'assurer que son travail n'empiètera plus outre mesure sur sa vie extra-professionnelle :

« Moi, je ne voulais plus commencer à vivre le soir, en rentrant chez moi crevé à 20 h, couché 21 h 30 et le lendemain rebelote à 5 h parce qu'il y avait une opération commerciale à monter ! Si je passe dix ou onze heures par jour au travail, je vais passer combien de temps avec ma famille ? Je trouve ça complètement aberrant d'accepter de se faire chier dix heures par jour et de ne se garder que quelques heures à la fin de la journée pour faire quelque chose d'intéressant. On n'a qu'une seule existence ! Bon, ça m'arrive encore de rentrer à 20 h le soir mais finalement assez peu souvent. Je ne suis pas une brute de travail non plus, je préserve quasiment tout le temps mes week-ends. Je prends mes cinq semaines de congés par an... La grande différence, c'est qu'aujourd'hui j'ai une marge de manœuvre sur mes horaires. Parce qu'on a une vie aussi à côté ! Maintenant on a trois enfants, on a plein de choses à faire avec eux, les voir, etc. Enfin voilà, j'aime beaucoup cet équilibre-là, quoi. » (Christian, 35 ans, Internet, 1998.)

La référence récurrente à la vie de famille et l'importance que les chefs d'entreprise y accordent transparaît aussi lorsqu'ils évoquent le fait de pouvoir aller chercher leurs enfants à l'école comme exemple de leur autonomie en termes d'horaires :

« Le côté du patron qui bosse cinquante heures par jour, très occupé, c'est l'image qu'ils veulent se donner ! Moi, ma marge d'autonomie en créant ma boîte, c'est pouvoir commencer à 9 h 15 ou 9 h 30 le matin parce que j'amène mon fils à l'école ou que je prends une heure pour faire un tour au bord de la mer. Je peux aussi m'arrêter à 17 h 30 ou venir bosser le soir, personne ne va m'emmerder. » (Mathieu, 34 ans, informatique, 2002.)

CONSEIL JUVENIL
DE L'EUROPE

EMPLOIS
PRÉCAIRES
EN ALLOCAT

PRODIGES
DE LA LINGUISTIQUE
DE L'EUROPE

JEUNES
CRÉATEURS
D'ENTREPRISE

SYNDICAT
DE TRAVAIL
EN FRANCE

La décision de créer une entreprise n'engage évidemment pas uniquement le seul créateur d'entreprise. De fait, une écrasante majorité des personnes rencontrées vivaient déjà en couple avec des enfants au moment ils ont créé leur entreprise. Alors que les plus anciens évoquent très rarement le rôle de leur conjoint, les plus jeunes valorisent au contraire le fait d'avoir construit leur projet entrepreneurial en couple :

« Donc, en 1998, on a monté l'entreprise. Je dis "on" parce que c'est vraiment une histoire de couple quand même. Je pense que ça ne peut pas marcher si le conjoint n'est pas d'accord. Donc, on a eu notre premier enfant, on a monté la boîte, on a acheté la maison : enfin, on a tout fait en 1998 [rires] ! Pour moi, c'est vraiment une affaire de couple parce que pour moi, c'est une affaire de projet de vie global. » (Christian, 35 ans, Internet, 1998.)

Néanmoins, le conjoint n'a pas forcément de fonction explicite au sein de l'entreprise. Les créateurs de la jeune génération semblent effectivement vouloir éviter le télescopage entre vie privée et vie professionnelle que l'on retrouve parfois chez les plus anciens (conjointe exerçant par exemple les fonctions de secrétaire ou de comptable dans l'entreprise de leur mari). En effet, dans l'esprit des plus jeunes, vouloir harmoniser les sphères professionnelle et familiale ne veut pas pour autant dire les faire fusionner. Le rapport subjectif au travail de ces jeunes entrepreneurs s'inscrit donc dans un contexte historique qui dépasse largement le simple cadre de la sphère professionnelle. Aujourd'hui, les dynamiques familiales et les nouvelles formes de vie conjugale sont des éléments prépondérants dans la socialisation secondaire des jeunes actifs et dans la constitution de ce que Karl Mannheim appelle une « génération historique ».

Contrôler son travail pour contourner les contraintes du capitalisme moderne

En créant leur propre entreprise, ces individus cherchent à s'émanciper des contraintes du statut de salarié et plus largement de celles du mode de fonctionnement du marché du travail et de l'entreprise. Parmi celles qu'ils cherchent à fuir, on retrouve l'injonction à la mobilité faite notamment aux jeunes. Alors qu'on demande aux salariés d'être de plus en plus mobiles géographiquement, ces entrepreneurs perçoivent l'implantation locale – via la création de leur propre entreprise – comme un moyen d'échapper à cette mobilité « forcée ». Le profil de carrière des jeunes diplômés implique notamment un passage quasi obligé en région parisienne. On retrouve alors à l'origine de l'installation à son compte la volonté d'échapper à ce schéma de carrière tout tracé, comme l'explique ce jeune créateur diplômé d'une école de commerce :

« En sortant de mon école de commerce, la mobilité, c'était un problème pour moi. Moi, je n'avais pas envie de bouger de Bordeaux. Et pour nous (diplômés d'une école de commerce), trouver du boulot, ça voulait dire s'engager à monter sur Paris. Ce qui était hors de question pour moi. Donc, là aussi, la géographie a fait cette demande d'autonomie dans le choix du lieu d'implantation. Quand vous rentrez dans un groupe aujourd'hui, vous avez 25 ans, vous êtes cadre plutôt commercial dans une grande entreprise, on vous demande de la mobilité. Il faut être prêt à l'assumer. La plupart de mes camarades ont fini à Paris. Ça, c'était hors de question ! Cette autonomie que j'ai eue en créant ma propre entreprise, c'est une de mes motivations : ne pas être obligé de faire des choses que je n'ai pas envie de faire. Ça résume tout, ça ! » (Loïc, 35 ans, 1997.)

L'idée de contrôler la place qu'occupe le travail dans sa vie ne vient pas forcément alimenter la thèse de la disparition de la « valeur travail²⁷ ». Même si les plus jeunes ne semblent y voir qu'un moyen parmi d'autres de s'épanouir, ils partagent tous la représentation du travail comme une valeur fondamentale de réalisation de soi. Pour beaucoup, créer une entreprise, c'est justement « être dans l'action », dans le sens de réaliser quelque chose par soi-même : « On ne s'épanouit réellement que lorsqu'on crée quelque chose de toutes pièces. » Là où d'autres acceptent un travail routinier pour peu qu'ils aient d'autres sources d'épanouissement, ces entrepreneurs perçoivent comme une nécessité le fait de prendre du plaisir et de se réaliser dans leur travail :

« Moi, je n'ai pas la même conception du travail que mes parents. En fait, bosser, c'est comme dormir, c'est ce qui te prend le plus de temps dans ta vie. Si ça peut être 100 % plaisir, le boulot, c'est ça qu'il faut. En fait, c'est plus vers ça que je tends. Ça m'emmerde de faire une différence entre le boulot, le loisir, le machin, etc. D'attendre le week-end, ça me gonfle. Pour moi, aller bosser, ça doit être super ! » (Thomas, 32 ans, restauration, 2002).

Pour ces jeunes entrepreneurs, devenir son propre patron, c'est avant tout le sentiment d'avoir la liberté de choisir son activité et de gérer son temps. À travers cette idée de maîtriser son travail, c'est bien celle de contrôler son temps que l'on perçoit en filigrane. Cette volonté de contrôler les choses fait écho à ce qu'ils estiment être un fort « besoin de liberté ». Pour l'illustrer, tous disent que si un jour ils n'ont pas envie d'aller travailler, ils peuvent le faire. Mais lorsqu'on leur demande s'ils l'ont déjà fait, tous répondent que non. En effet, ils admettent par la suite que s'installer à son compte ne veut pas pour autant dire être exempt de toutes contraintes. Leur quotidien de dirigeant d'entreprise les amène même à qualifier les obligations liées aux clients et à la gestion du personnel comme potentiellement plus contraignantes que les obligations liées au statut de salarié. Ainsi, les nouvelles responsabilités associées à leur statut de patron les empêchent de fait de maîtriser totalement leurs horaires. Ils finissent alors par expliquer que ce qui compte, c'est de savoir qu'ils restent libres de le faire, ce qui n'est qu'une manière de dire qu'une contrainte « choisie » est toujours plus facile à accepter que lorsqu'elle est inféodée aux décisions des autres.

Dans cette perspective, l'acte d'entreprendre peut finalement être perçu comme une logique de construction de soi ou de subjectivation, au sens de François Dubet²⁸, en tant que moyen de réaliser un projet personnel qui donnera du sens à son travail et à son existence. Ce type de justification renvoie dans une certaine mesure à ce que Luc Boltanski et Ève Chiapello nomment « la critique artiste » du capitalisme marquée par les revendications de libération et d'authenticité²⁹. Ainsi,

On peut interpréter ce nouveau rapport au travail des jeunes entrepreneurs comme un moyen d'exploiter les ressources du capitalisme pour mieux en contourner les contraintes.

OPINION DÉBATS
EN ÉCARTÉ

OPINIONS
PRÉCÉDENTES
EN PÉRIODE

OPINION
DE LA LUSO-
OCCUPATION

JEUNES
CRÉATEURS
D'ENTREPRISE

SYSTEME
DE TRAVAIL
EN MOUSSE

²⁷ Meda, 1995.

²⁸ Dubet, 1994.

²⁹ Boltanski, Chiapello, 1999.

on peut interpréter ce nouveau rapport au travail des jeunes entrepreneurs comme un moyen d'exploiter les ressources du capitalisme pour mieux en contourner les contraintes.

CONCLUSION

Les deux définitions du concept de génération employées ici permettent d'entrevoir deux registres d'action complémentaires parmi ceux que mobilisent les créateurs d'entreprise pour justifier leur engagement dans une carrière entrepreneuriale.

L'acception familiale de la notion de génération apparaît opératoire pour comprendre leurs logiques d'action à travers un volet positif d'héritage, de transmission, de solidarité et d'entraide entre les générations, et un volet négatif, plus subjectif, de déni de toute forme de filiation entrepreneuriale. Le rapport ambivalent que les entrepreneurs entretiennent avec leur milieu d'origine repose essentiellement sur une volonté commune à tous d'être « les auteurs de leur propre vie », pour reprendre l'expression de l'un d'entre eux. Ce discours du *self-made man* qui consiste à mettre à distance l'influence de tout élément extérieur à soi n'est pas une simple mise en scène héroïque de soi mais une condition fondamentale de reconnaissance de sa propre légitimité à être un acteur libre et autonome.

La conception historique de la notion de génération permet quant à elle de constater que cette tendance à l'émancipation progressive de l'individu est tout particulièrement portée par la nouvelle génération d'entrepreneurs à travers une relance de la « critique artiste » présente dans le « nouvel esprit du capitalisme ». En faisant de l'engagement entrepreneurial un véritable « projet de vie », ces jeunes créateurs d'entreprise semblent vouloir donner à l'acte d'entreprendre une signification différente par rapport à celle de leurs aînés. Ce qu'il y a de nouveau dans la manière dont ils conçoivent leur carrière d'entrepreneur, c'est la revendication de pouvoir construire leur projet professionnel en prenant en considération des impératifs conjugaux et familiaux visant à articuler au mieux sphère professionnelle et sphère privée.

L'étude des dynamiques générationnelles à l'œuvre dans l'acte de créer sa propre entreprise permet ainsi de montrer que, loin de se limiter à un simple épiphénomène professionnel axé principalement sur un changement de statut (de salarié à indépendant), l'acte d'entreprendre s'apparente à une véritable bifurcation biographique qui vise à la fois la mise à distance de l'héritage social et l'affranchissement d'une partie des contraintes du capitalisme moderne.

Bibliographie

- ARTAS-DONFUT C., « Rapports de générations : transferts intrafamiliaux et dynamique macrosociale », *Revue française de sociologie*, n° 4, vol. XLI, octobre-décembre 2000, pp. 643-664.
- BERTAUX D., *Les récits de vie*, Nathan, Paris, 1997.
- BEVORT A., LALLEMENT M., *Le capital social : performance, équité et réciprocité*, La Découverte, Paris, 2008.
- BOLTANSKI L., CHIAPELLO É., *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris, 1999.
- BOURDIEU P., « L'illusion biographique », *Raisons pratiques : sur la théorie de l'action*, Le Seuil, Paris, 1994.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., *La légende de l'entrepreneur : le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Syros, Paris, 1999.

DUBET F., *Sociologie de l'expérience*, Le Seuil, Paris, 1994.

GRANOVETTER M., « Action économique et structure sociale : le problème de l'encastrement », *Le marché autrement : essais de Mark Granovetter*, Desclée de Brouwer, Paris, 2000, pp. 75-114.

GROSSETTI M., « L'imprévisibilité dans les parcours sociaux », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. CXX, janvier-juin 2006, pp. 5-28.

HUGUES E. C., *Le regard sociologique : essais choisis*, École des hautes études en sciences sociales, Paris, 1996.

LOBET C., « La logique du don dans la transmission des entreprises familiales », *Sociétés contemporaines*, n° 62, 2006, pp. 27-47.

MANNHEIM K., *Le problème des générations*, Nathan, Paris, 1990 (1928).

MEDA D., *Le travail, une valeur en voie de disparition*, Alto-Aubier, Paris, 1995.

PINÇON M., PINÇON-CHARLOT M., *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, Calmann-Lévy, Paris, 1999.

PLOCINICZAK S., « La construction sociale du marché des très petites entreprises : des réseaux sociaux au capital social local des entrepreneurs - l'exemple de l'arrondissement lensois », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 3, octobre 2003, pp. 441-476.

SCHUMPETER J., *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, Paris, 1998 (1942).

SENNETT R., *Le travail sans qualités : les conséquences humaines de la flexibilité*, Albin Michel, Paris, 2000.

WEBER M., *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Gallimard, Paris, 2003 (1904-1905).

ZALIO P.-P., « Territoires et activités économiques : une approche par la sociologie des entrepreneurs », *Genèses*, n° 56, septembre 2004, pp. 4-27.

DÉBATS AGRUCS
EN ÉCONOMIE

EMPLOIS
PROFANES
EN ÉCONOMIE

FÉDÉRATION
DE LA CLASSE
DÉMOCRATIQUE

JEUNES
CRÉATEURS
D'ENTREPRISE

SYSTÈME
DE TOUTES
SA FINANCE

L'ANCRAGE TERRITORIAL DES CRÉATEURS D'ENTREPRISES AQUITAINS : ENTRE ENCASTREMENT RELATIONNEL ET ATTACHEMENT SYMBOLIQUE

[Fabien Reix](#)

Lavoisier | « Géographie, économie, société »

2008/1 Vol. 10 | pages 29 à 41

ISSN 1295-926x

ISBN 2743010638

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2008-1-page-29.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Lavoisier.

© Lavoisier. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrement relationnel et attachement symbolique

The Territorial Anchoring of Aquitanian Entrepreneurs : between Relational Embeddedness and Symbolic Attachment

Fabien Reix

*ATER en sociologie - Chercheur au LAPSAC
Département de Sociologie, Université Victor Segalen, Bordeaux 2
3, ter place de la Victoire, 33076 – Bordeaux Cedex*

Résumé

La question des logiques spatiales d'implantation des entreprises est plus souvent abordée en termes de choix stratégiques d'entreprises (cherchant, par exemple, à bénéficier d'effets de proximité) qu'en termes de parcours et d'histoires d'entrepreneurs. *A contrario*, cet article propose d'aborder les ressorts territoriaux de l'activité entrepreneuriale du point de vue de l'entrepreneur plutôt que de l'entreprise. À partir d'une recherche sur les trajectoires biographiques de créateurs d'entreprises aquitains, cette étude montre que loin de se limiter à un positionnement stratégique sur un espace concurrentiel, le choix de la localisation de l'entreprise est fortement lié à leurs appartenances sociales et à leurs dynamiques. En axant l'analyse sur la question du territoire, on observe que leur projet entrepreneurial témoigne souvent d'une volonté de rester ou de revenir dans leur région natale (ici, le Sud-Ouest). On peut alors interpréter cette forme d'ancrage territorial autant comme une logique de maximisation des ressources issues de réseaux de relations fondés localement que comme une logique plus subjective d'attachement symbolique au territoire.

© 2008 Lavoisier, Paris. Tous droits réservés.

*Adresse email : freix@free.fr

Summary

Studies on spatial logics of companies' establishment more often tackle this question in terms of strategic choice of companies seeking to profit from the effects of proximity. This paper proposes to explore territorial determinants of entrepreneurial activity from the point of view of the entrepreneurs rather than from that of the companies. Starting from a research of the biographical trajectories of creators of companies, this study shows that far from limiting itself to a strategic positioning within a competitive market, the choice of the localization of the company is strongly related to social membership of the entrepreneur. By focusing the analysis on the question of the territory, one observes that their entrepreneurial project often reveals a desire to remain or to return in their native place (here, South-West of France). One can then interpret this form of territorial anchoring as deriving from a logic of maximization of the resources resulting from networks of relations founded locally than as a result of subjective logics of symbolic attachment to the territory.

© 2008 Lavoisier, Paris. Tous droits réservés.

Mots clés : sociologie économique, créateurs et création d'entreprises, théorie de l'encastrement, territoire, région aquitaine, méthode biographique.

Keywords: economic sociology, entrepreneurship, theory of embeddedness, territory, regional area (Aquitaine, France), biographical method.

Introduction

Dans un champ de l'entrepreneuriat largement dominé par les sciences économiques, on peut regretter que les études sur la création d'entreprises ne s'intéressent pas plus aux individus qui en sont à l'origine. Faire de la création d'entreprises un objet sociologique revient à considérer ce phénomène comme une action sociale et à s'intéresser en premier lieu à la démarche des acteurs sociaux qui accomplissent cet acte¹. Aussi, cette recherche adopte une approche compréhensive d'inspiration wébérienne en cherchant à identifier les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. Cette enquête s'appuie sur une méthode proprement qualitative à travers l'analyse d'un matériau constitué d'entretiens biographiques semi-directifs, réalisés selon la technique des « récits de vie »², auprès d'un panel de 45 créateurs d'entreprises aquitains³. En questionnant leurs parcours tant personnels que professionnels, on peut repérer les différentes logiques de justification de l'acte d'entreprendre mobilisées par des acteurs aux profils très hétérogènes. En effet, toutes les études quantitatives démontrent que les créateurs d'entreprises ont des caractéristiques très différentes en

¹ Cette enquête s'appuie sur une recherche effectuée dans le cadre d'un doctorat de sociologie sur les créateurs d'entreprises en Aquitaine réalisé à l'Université Victor Segalen Bordeaux 2, sous la direction du professeur François Dubet. Cette étude se concentre par ailleurs sur les créations d'entreprises dites « pures », excluant de fait les cas de reprises, et concerne pour l'essentiel des TPE (0 à 9 salariés) et quelques PME (10 à 499 salariés) qui représentent la quasi totalité du parc d'entreprises national soit respectivement 93 % et 7 %, les grandes entreprises de plus de 500 salariés ne représentant que 0,1 % de l'ensemble (Moati, 2002).

² Cette méthode consiste à s'intéresser à l'action en tant que processus en invitant les personnes interviewées à porter un regard rétrospectif sur leurs parcours au cours de longs entretiens (Bertaux, 1997).

³ Afin de faciliter les contacts avec des créateurs d'entreprises souvent peu disponibles et de repérer les logiques de territoire qui peuvent être en jeu, j'ai choisi de limiter le terrain d'enquête à la région Aquitaine.

termes d'origine sociale, d'âge, de niveau de diplômes, etc⁴. Pour respecter la diversité de la catégorie des créateurs d'entreprises, j'ai privilégié l'analyse des cas les plus variés tant au niveau du profil du créateur qu'au niveau du type d'entreprise créée. L'échantillon d'étude est par conséquent volontairement hétérogène afin de coller au plus près de la réalité de mon terrain⁵. Je fais ainsi l'hypothèse que ce que les entrepreneurs ont en commun n'est pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre. L'objectif de cette étude est donc d'éclairer les significations générales de l'acte d'entreprendre à travers la comparaison d'un ensemble de cas singuliers.

En s'appuyant sur les travaux de la sociologie économique contemporaine et plus particulièrement sur le concept d'« encastrement » ou *embeddedness* (Polanyi, 1985 [1944] ; Granovetter, 2000), ma démarche s'oppose à la perception d'un entrepreneur « atomisé » qui reste alimentée par une partie de la pensée économique orthodoxe. Loin de l'image d'un entrepreneur forcément héroïque (Schumpeter, 1935 ; 1942) inspirée du mythe du *self made man* dont le parcours « *ne doit rien à personne* », le créateur d'entreprises apparaît comme un acteur inséré dans des réseaux sociaux qui le modèlent et lui permettent de disposer de ressources. Si la création d'entreprises est généralement décrite par les interviewés comme une véritable aventure solitaire, nous verrons qu'elle se fonde bien souvent sur leurs appartenances passées et présentes. Et même si l'appartenance territoriale ne constitue pour eux qu'une ressource parmi d'autres, elle est toujours mobilisée dans la construction de leur projet de création d'entreprises (Zalio, 2004). Je développerai ce point en me concentrant sur deux dimensions des ressources relationnelles des créateurs d'entreprises : celles issues de leurs réseaux professionnels et celles issues de leurs réseaux familiaux et amicaux. J'approfondirai ensuite cette question à partir d'une réflexion sur l'attachement symbolique qu'ils accordent à leur territoire.

1. L'encastrement territorial comme encastrement relationnel

Tel qu'il est défini par Mark Granovetter, le concept d'encastrement conduit à envisager l'activité entrepreneuriale comme socialement située, l'action des entrepreneurs devant être considérée comme encadrée dans des réseaux de relations (Granovetter, 2000). Les études sur la spatialisation des réseaux de relation montrent par ailleurs que ces derniers sont essentiellement locaux, s'appuyant généralement sur l'échelle de l'agglomération (Grossetti & Bes, 2003). Dès lors, la décision des entrepreneurs de rester ou de revenir dans leur région natale au moment de créer leur propre entreprise apparaît d'abord comme une forme de « bon sens ». En choisissant d'entreprendre là où leurs réseaux de relations (professionnels, familiaux, amicaux) sont les plus denses, les créateurs d'entreprises optimisent les ressources qu'ils peuvent en retirer pour mener à bien leur projet entrepreneurial.

⁴ Cette étude s'appuie également sur une analyse secondaire des enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises de 2003 permettant de fournir des données de cadrage en complément des éléments plus qualitatifs issus des entretiens.

⁵ L'échantillon des créateurs se compose de la façon suivante : sexe (12 femmes, 33 hommes) ; âge (moins de 35 ans : 15, 35/50 ans : 17, plus de 50 ans : 13). Les entreprises créées concernent des domaines d'activité très divers (artisanat, commerce, haute-technologie, services aux particuliers, services aux entreprises, industrie, etc.) et sont pour l'essentiel des PME, voire des TPE puisque les trois quarts ont moins de 10 salariés.

On peut ainsi considérer que, dans le cas de la création d'entreprises, l'encastrement territorial se confond avec un encastrement relationnel, ou plus précisément, que la dynamique d'encastrement territorial est souvent indexée sur des relations sociales. L'encastrement relationnel ne repose pas pour autant sur de simples relations issues de leur passé. Il consiste en un travail de production, de réactivation ou d'entretien des relations au cours duquel l'acteur sélectionne dans ses différentes relations les ressources nécessaires à la création d'entreprises. La notion d'encastrement peut donc être perçue à la fois comme un processus dynamique d'ancrage géographique et une façon de mobiliser et de construire des ressources relationnelles. Parce que l'action de créer une entreprise nécessite d'avoir accès à un grand nombre de ressources, la possibilité de s'appuyer et/ou de travailler à la production d'un « capital social local » (Plociniczak, 2003) semble en effet déterminante, notamment lors de la phase de démarrage de l'activité.

La plupart des créateurs d'entreprises de notre panel sont natifs du Sud-Ouest et bien souvent de l'agglomération même où ils ont choisi d'implanter leur entreprise. Cet 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.). D'autant que la région et plus particulièrement l'agglomération bordelaise sont perçues, à tort ou à raison, comme difficilement accessibles pour les « allochtones ».

Le cas de ce créateur d'origine nantaise récemment installé à Bordeaux, où sa femme a été mutée, offre une bonne illustration de l'importance que les entrepreneurs accordent à l'appartenance territoriale dans la réussite de leur projet. Parachuté dans une région qu'il ne connaît pas, cet informaticien de formation commence par exercer une activité salariée dans une société de services en informatique pendant deux ans pour se « *familiariser avec le marché local* ». La société qui l'employait étant peu à peu « *en train de plonger* », il est amené à réfléchir à la concrétisation d'un projet de création d'une entreprise qu'il avait déjà en tête. La volonté de créer sa propre société devient d'autant plus concrète que la perspective de retrouver un emploi d'informaticien salarié ne lui paraît guère favorable à l'époque. Il ressent par ailleurs le besoin de s'associer à un « *autochtone* » afin de pallier son manque de connaissance d'une région où, selon lui, il est particulièrement difficile de s'intégrer lorsque l'on vient de l'extérieur : « *N'étant pas bordelais et étant arrivé il y a deux ans, je n'aurais pas envisagé de créer mon entreprise si je n'avais pas eu une attache locale. Mon associé est un Bordelais « pur jus » que j'ai connu en tant que salarié. Donc, il y a eu l'opportunité de se réunir sur ce projet et c'est vrai que ça a donné au projet une réelle chance d'aboutir. Je n'aurais eu aucune chance d'aboutir, si je n'avais pas eu quelqu'un, avec moi, qui soit le « régional de l'étape ». Lui, est fondamentalement commercial et moi plutôt sur la technique. Mais là, c'est plus une question d'implantation dans la région que de complémentarité dans les compétences. Il y a des régions dans lesquelles on peut travailler en étant étranger et il y a des régions dans lesquelles c'est plus dur. Je pense que Bordeaux fait partie des régions dans lesquelles c'est un peu délicat* » (Christian, 49 ans, Informatique, 2004)⁶. En effet, cette association lui a offert la possibilité de s'appuyer sur

⁶ Les informations entre parenthèses indiquent le prénom (anonymé) du créateur, son âge (au moment de l'entretien), le secteur d'activité et l'année de création de l'entreprise.

le carnet d'adresses de son collègue pour s'intégrer sur le « marché local » et trouver des clients et des fournisseurs au moment de lancer son affaire.

Pour ceux qui sont originaires de la région, la décision d'y rester ou d'y revenir au moment de monter leur projet de création d'entreprises est présentée comme allant de soi, la plupart de leurs ressources se concentrant sur une échelle locale. Ces dernières relèvent néanmoins de différents registres relationnels (professionnel, familial, amical et conjugal).

2. Les ressources issues des relations professionnelles

Lorsqu'ils racontent l'histoire de la création de leur entreprise, les entrepreneurs évoquent en premier lieu les ressources liées à leurs parcours professionnels. En effet, la plupart des créations d'entreprises se font dans le même secteur d'activité que celui où ils exerçaient précédemment en tant que salariés⁷. Cette précédente expérience garantit des compétences et une bonne connaissance du secteur d'activité et leur permet de s'appuyer sur les relations professionnelles qu'ils ont construites à cette occasion.

Le cas des artisans et ouvriers du bâtiment qui s'installent à leur compte est particulièrement significatif en ce qui concerne la mobilisation des ressources issues de relations professionnelles. La logique du métier et l'aspect « dynamique » du secteur amènent les patrons à voir plutôt d'un bon œil l'installation à leur compte de leurs employés. Ils sont prêts à leur concéder quelques contrats pour les aider à démarrer sereinement leur activité et s'y retrouvent en faisant de ces anciens salariés des sous-traitants de choix comme l'explique cet artisan spécialisé dans la pose de revêtements de sol : « *Mon ancien patron, c'est quelqu'un d'intelligent avec qui j'entretiens de très bons rapports. Il se doutait que j'allais partir et m'a donné du travail par la suite. [...] J'ai donc commencé par faire de la sous-traitance pour lui et ça s'est très bien passé parce que chacun y trouvait son intérêt... Et moi ça m'a permis d'avoir un fonds de roulement pour démarrer* » (Jean, 37 ans, BTP, 2001). Il en va de même, quel que soit le secteur, lorsque les futurs créateurs élaborent leurs projets en s'associant à d'anciens collègues ou démarrent leur activité en s'appuyant sur leur ancien réseau de clientèle⁸.

L'importance des relations, du réseau ou du « carnet d'adresses » n'est plus à démontrer dans l'exercice d'une activité économique. On connaît bien l'utilité dans le monde des affaires des réseaux sociaux, qu'ils soient professionnels, politiques, associatifs, bureaux d'anciens élèves des grandes écoles ou s'apparentant à du « lobbying »⁹. Mais on oublie trop souvent de prendre en compte l'importance des solidarités familiales qui sont pourtant à l'origine de la concrétisation de nombreux projets de créations d'entreprises (Pecqueur, 1983).

C'est plus particulièrement le cas de ceux qui voient dans la création d'entreprises l'occasion de se réorienter professionnellement¹⁰ et qui ont choisi explicitement de s'ins-

⁷ Selon les enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises en 2003, trois entrepreneurs sur quatre avaient déjà une expérience professionnelle du secteur d'activité dans lequel ils ont choisi de créer leur propre entreprise.

⁸ Mêmes si les clauses de non-concurrence présentes dans certains contrats de travail rendent parfois très délicat le recours à ce genre de procédés.

⁹ Même s'il ne s'agit pas de relations « professionnelles » à proprement parler, on observe aussi que les créateurs d'entreprises privilégient souvent l'association avec d'anciens camarades de classes rencontrés par exemple lors de leurs études en écoles de commerce ou écoles d'ingénieurs.

¹⁰ Un ancien ingénieur qui monte un café-jeux, un cadre commercial dans la grande distribution qui monte une agence internet, un assistant-producteur dans le cinéma qui monte une entreprise de peinture, etc.

taller (ou de revenir) dans leur région natale pour mener à bien leur projet. Ne pouvant guère s'appuyer sur les liens professionnels qu'ils avaient pu nouer lors de leur précédente expérience, ils vont donc logiquement plutôt privilégier les ressources issues de leurs réseaux familiaux et amicaux.

3. Les ressources issues des relations familiales, amicales et conjugales

Parmi les ressources que les entrepreneurs tirent de leurs réseaux de relations on retrouve donc aussi celles issues de leur entourage proche (famille, amis, conjoint) - même s'ils les évoquent moins spontanément¹¹. D'une manière générale, la proximité géographique des proches et de la famille est d'abord évoquée en rapport au « *soutien moral* » qu'ils peuvent apporter à l'entrepreneur, en particulier dans la période souvent délicate du démarrage de l'activité. C'est notamment pour cette raison que certains ont explicitement choisi de revenir dans la région pour créer leur entreprise, au risque de se priver des liens professionnels locaux qu'ils avaient pu nouer lors de leur précédente expérience professionnelle dans une autre région.

Le rôle de la famille est pourtant loin de se limiter à cette seule fonction de sécurité affective. On retrouve chez plusieurs auteurs l'idée que la famille joue un rôle essentiel dans la réussite entrepreneuriale en mettant à disposition des réseaux de relations qui permettent d'accéder à l'information afin de trouver des financements et des marchés (Casson, 1991 ; Boutillier & Uzunidis, 1999). De fait, certains membres de la famille (le plus souvent le père) sont à l'origine même de l'opportunité de la création de l'entreprise soit en tant qu'initiateur du projet de création, soit en participant à sa viabilité commerciale ou encore en tant qu'accompagnateur. Par exemple, un père, haut fonctionnaire dans la santé, qui est directement à l'origine du projet de son fils de créer une société d'édition précisément spécialisée dans le secteur de la santé ; un père, assureur, qui a permis le démarrage de l'entreprise de peinture de son fils en lui renvoyant une partie de ces clients victimes d'un dégât des eaux ; un père, ouvrier du bâtiment à quelques années de la retraite, qui décide de créer sa propre entreprise en s'associant à son fils afin de « *lui mettre le pied à l'étrier* », pour reprendre ses mots exacts. Dans plusieurs cas, j'ai également pu observer que c'était l'entreprise du père qui hébergeait celle du fils lui permettant de bénéficier d'un local et d'infrastructures à moindre coût lors des premiers mois d'existence de sa société. On observe par ailleurs que les entrepreneurs ont peu recours aux organismes professionnels d'accompagnement à la création d'entreprises, préférant gérer les choses eux-mêmes ou faire appel à leurs proches en termes de conseils¹². Ainsi, il n'est pas rare qu'un membre de la famille ou un ami remplisse, de manière officielle

¹¹ Ces influences apparaissent plus volontiers dans le discours d'acteurs sociaux qui leur sont proches et que j'ai rencontrés par ailleurs (associés, employés, amis, etc.).

¹² Selon les données des enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises en 2003, la prise de conseils pour l'élaboration du projet se répartit comme suit : pas de conseil (30 %), entourage familial et personnel (29,1 %), entourage professionnel (19,3 %), organismes spécialisés dans la création (18,3 %) ou conseillers professionnels (13,3 %). Plus concrètement, la mise en place du projet se fait majoritairement seule (53,3 %), avec le conjoint ou une autre personne de la famille (36,1 %) et très rarement avec un organisme de soutien à la création d'entreprises (9,9 %), le chiffre concernant les membres de l'entreprise précédente étant quant à lui protégé par le secret statistique.

ou officieuse différentes fonctions dans l'entreprise (conseiller juridique, administratif, commercial, comptable, etc.).

L'entourage proche peut également être mobilisé dans la recherche de financements, mais rarement de manière directe. Soucieux d'accéder à une forme d'autonomie, les entrepreneurs privilégient, autant que possible, l'autofinancement quitte à démarrer avec des moyens relativement modestes¹³. Ils déclarent ainsi autant vouloir assumer seuls le risque inhérent à toute création d'entreprises qu'éviter les possibles velléités d'ingérence liées à la participation financière d'un tiers. Lorsqu'ils ont besoin d'un complément de financement, ils vont alors plutôt se tourner vers les aides institutionnelles en essayant d'obtenir des subventions, des prêts d'honneur ou encore des défiscalisations (ACCRES¹⁴, installation en ZFU¹⁵...). Leurs proches ne sont alors éventuellement mobilisés qu'en tant qu'intermédiaires facilitant, par exemple, l'accès aux emprunts bancaires (un membre de la famille ou le père d'un ami travaillant dans le milieu bancaire, etc.). L'intégration dans des « clubs d'entreprises » s'appuie également sur leurs relations personnelles afin d'être coopté dans un mouvement patronal (CJD¹⁶, MEDEF¹⁷,...) ou un réseau d'entreprises (type « Aquitaine entreprendre »¹⁸) qui leur permettent d'accéder à des aides et d'étendre leurs contacts dans le milieu local des affaires (ce qu'ils appellent le « *réseau business* »).

En outre, il convient de souligner le rôle primordial du conjoint dans le partage du risque financier inhérent à toute création. Au moment de créer leur entreprise, tous les entrepreneurs rencontrés vivaient en couple. Au-delà des cas fréquents de création entre associés qui se font aussi bien pour partager les risques que pour bénéficier de compétences complémentaires, le conjoint ou la conjointe joue un rôle prépondérant dans la décision de se mettre à son compte. En effet, le revenu du conjoint est perçu comme la condition *sine qua non* de leur engagement dans l'aventure entrepreneuriale parce qu'il offre une sécurité financière pour le couple, comme l'explique ce créateur : « À l'époque où j'ai créé mon entreprise, mon amie venait d'être titularisée en tant que fonctionnaire au conseil régional d'où, en ce qui me concerne, la possibilité de prendre un risque financier en me disant : 'Si je gagne de l'argent, c'est bien. Si je n'en gagne pas, le ménage pourra tenir financièrement pendant une certaine période... Ça, à mon avis, ça doit être redondant dans vos entretiens parce que toutes les personnes que je connais qui ont créé une entreprise, ça a été à la base de leur décision de se lancer. [...] Et si j'ai pu garder mon indépendance financière, c'est aussi parce que je sais très bien que, sauf gros coup dur, j'ai au moins un salaire qui rentre tous les mois à la maison avec mon amie ». Dans tous les cas, le conjoint exerce une activité

¹³ Selon les données des enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises en 2003, une entreprise sur quatre a été créée avec un capital de moins de 2000 euros et celui-ci ne dépasse pas 8000 euros dans 60 % des cas.

¹⁴ Aide aux Chômeurs Créateurs ou Repreneurs d'Entreprises : dispositif qui ouvre droit à une exonération de charges sociales pendant un an.

¹⁵ Zone Franche Urbaine : dispositif qui délimite des zones géographiques où l'activité économique est jugée faible et donne droit à diverses exonérations fiscales et sociales pour les entreprises qui s'y implantent.

¹⁶ Centre des Jeunes Dirigeants.

¹⁷ Mouvement des Entreprises de France.

¹⁸ J'ai rencontré plusieurs entrepreneurs membres de cette association créée en 1996 sur le modèle de « Nord Entreprendre » (fondée par la famille Mulliez), qui regroupe des dirigeants et des chefs d'entreprises locaux afin de « favoriser l'émergence de nouveaux entrepreneurs » (*sic*) en apportant des aides (prêts d'honneur) et des conseils à des porteurs de projets.

salariée au moment de créer l'entreprise, bénéficiant en outre d'un emploi stable (CDI, temps complet) et souvent dans la fonction publique.

Enfin, il est intéressant d'observer que les exemples d'entrepreneurs sont relativement fréquents dans la famille ou l'entourage des créateurs d'entreprises¹⁹. Dans cette perspective, on pourrait considérer que c'est la famille qui transmet le « goût » d'entreprendre en plus d'offrir certaines ressources nécessaires pour créer une entreprise (Boutillier & Uzunidis, 1999). Pourtant, la plupart des entrepreneurs interviewés ont une image assez péjorative des parcours marqués du sceau de l'héritage familial et le mobilise d'emblée comme un contre-exemple de ce qu'ils sont. En effet, notre recherche tend par ailleurs à montrer que la dénégation de la filiation entrepreneuriale, et plus généralement la dénégation de tout type d'influence dans la construction de la carrière d'entrepreneur, constitue un exemple significatif de l'attachement des acteurs à montrer qu'ils sont les auteurs de leur vie et qu'ils en maîtrisent le cours. On peut également penser que l'utilisation de la méthode des récits de vie amène la personne interviewée à envisager sa biographie à travers une rationalité rétrospective qui aboutit souvent à un phénomène d'héroïsation des parcours personnels. Sans pour autant aller jusqu'à parler d'« *illusion biographique* » (Bourdieu, 1995), j'ai pu constater que le rapport ambigu qu'ils entretiennent avec leur « héritage » social les conduit souvent à sous-estimer les influences exercées par leur milieu social²⁰.

4. L'encastrement communautaire comme attachement symbolique au territoire

Au-delà d'une logique rationnelle visant à maximiser des ressources fondées localement, les entretiens montrent que le choix de la localisation de l'entreprise repose également sur un registre plus personnel d'attachement au territoire qui dépasse le cadre des enjeux purement économiques de l'entreprise. La volonté de rester ou de revenir dans le Sud-ouest trouve sa justification dans le fait que c'est le lieu où ils ont leurs racines mais également parce que c'est une région qu'ils valorisent en termes de confort de vie. Par exemple, cet entrepreneur qui, suite au plan de restructuration de l'entreprise où il travaillait depuis plus de vingt ans, a décidé de créer sur place sa propre entreprise d'ingénierie immobilière alors qu'il n'était qu'à quelques années de la retraite : « *Bon, c'est vrai que j'ai des attaches ici mais je suis aussi très attaché à la qualité de la vie et à l'environnement dans lequel je suis. Moi j'ai voulu surtout pouvoir vivre entre le petit village où je suis né et entre Agen où j'ai trouvé ma femme. J'ai toujours été attaché à ces terres, à mes racines... je suis indéradicable quoi! [...] C'est vrai que quand on fait un rapide tour d'horizon des choses qui sont importantes pour moi : le climat, le côté gastronomique, la situation géographique... où aller pour retrouver tout ça ? Il n'y a pas grand-chose d'autre qui me tente...* » (Edouard, 59 ans, Ingénierie immobilière, 2000). De plus, alors que beaucoup de parcours témoignent d'une certaine mobilité profession-

¹⁹ Selon les données des enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises en 2003, 65 % des créateurs d'entreprises ont des antécédents de créateurs dans leur entourage proche. Proportion que l'on retrouve dans notre panel mais avec des antécédents qui renvoient le plus souvent à des liens de parenté assez éloignés.

²⁰ Pour pallier cette tendance à la rationalisation *a posteriori* bien connue des chercheurs qui utilisent la méthode des récits de vie, j'ai eu recours, le plus souvent possible, à des sources croisées (associés, employés, amis, etc.) sur une même histoire (Grossetti, 2006).

nelle, le projet entrepreneurial implique l'engagement dans un processus de sédentarisation mêlant exigences professionnelles, familiales et personnelles.

Le parcours de ce jeune créateur de « start-up » offre une bonne illustration de cette relation entre territoire et activité entrepreneuriale. Le baccalauréat en poche, il quitte son Sud-ouest natal pour intégrer une école de commerce à Lyon. Après une courte expérience dans le milieu du cinéma, un premier projet de création d'une entreprise (autour de la production de Cd-roms) avorte faute, selon lui, de s'y être pris assez tôt. À la recherche d'un emploi et souhaitant retourner dans le Sud-ouest, il se retrouve pourtant chef de rayon dans une grande enseigne de bricolage à Bourges. Par promotion interne, il devient, au bout d'un an, chef de secteur à Melun, en région parisienne. Il est alors contacté par un cabinet de « chasseur de têtes » pour intégrer une enseigne de grande distribution. N'ayant pas renoncé à son projet de revenir dans le Sud-ouest, il impose cette fois ses *desideratas* géographiques et obtient un poste de chef de secteur à Pau. Bien qu'il suive « *la voie tracée pour devenir directeur de magasin* », il commence, au bout de trois ans d'expérience, à avoir le sentiment de « *ne plus être en phase avec la manière de fonctionner du milieu* » (Christian, 35 ans, Internet, 1998).

Dès lors, plutôt que de chercher un nouvel emploi salarié et de prendre le risque de se retrouver une nouvelle fois en région parisienne, il décide de monter sa propre entreprise sur Pau. Passionné depuis toujours par l'informatique, il profite de l'émergence du web à la fin des années 1990 pour se lancer dans la création d'une « agence internet ». Après avoir établi un *business plan* en vacances avec sa femme, il négocie un licenciement à l'amiable avec son directeur de magasin afin de « *pouvoir toucher mes allocations-chômage et monter la boîte dans de bonnes conditions* ». Il commence par travailler seul dans la chambre d'ami de leur appartement à Pau. Entre-temps, il obtient un prêt d'honneur auprès de l'association d'aide à la création d'entreprises « Aquitaine Entreprendre » qu'il a intégrée par l'intermédiaire des relations professionnelles de son père, cadre chez IBM. Ce dernier s'est d'ailleurs occupé bénévolement d'une partie de la gestion administrative de l'entreprise de son fils au moment de son démarrage. Son « *réseau business* » se localisant de plus en plus sur la région bordelaise (notamment *via* les contacts qu'il a noués au sein de la précédente association) et jugeant le marché « *trop peu important sur Pau* », ce jeune entrepreneur décidera finalement d'installer son entreprise sur Bordeaux.

Plus généralement, on constate que le projet entrepreneurial se construit comme un véritable « *projet de vie* ». En créant leur propre entreprise, ces individus cherchent à s'émanciper des contraintes du statut de salarié et plus largement du mode de fonctionnement du marché du travail et de l'entreprise. Parmi celles qu'ils cherchent à fuir, on retrouve l'injonction à la mobilité faite aux cadres, leurs profils de carrière les amenant bien souvent à effectuer un premier passage obligé en région parisienne. En effet, alors qu'on demande aux salariés d'être de plus en plus mobiles géographiquement (Boltanski & Chiapello, 1999; Senett, 2002), certains entrepreneurs perçoivent leur implantation locale *via* la création de leur propre entreprise comme un moyen d'échapper à cette mobilité « *forcée* » (Reix, 2007).

On retrouve à l'origine de l'installation à leur propre compte le refus de ce schéma de carrière « *tout tracé* », comme l'explique ce diplômé d'école de commerce ayant monté une société informatique sur Bordeaux peu de temps après la fin de ses études : « *En sortant de mon école de commerce, la mobilité, c'était un problème pour moi. Moi, je n'avais pas envie de bouger de Bordeaux. Et pour nous (diplômés d'école de commerce) trouver*

du boulot, ça voulait dire s'engager à monter sur Paris. Ce qui était hors de question pour moi. Hors de question pour moi de m'éloigner de la mer. Donc, là aussi, la géographie a fait cette demande d'autonomie dans le choix du lieu d'implantation. Quand vous rentrez dans un groupe aujourd'hui, vous avez 25 ans, vous êtes cadre plutôt commercial dans une grande entreprise, on vous demande de la mobilité... il faut être prêt à l'assumer. La plupart de mes camarades ont fini à Paris. Ça, c'est hors de question. La liberté que j'ai eue par rapport à ça en créant ma propre entreprise, c'est une de mes motivations : ne pas être obligé de faire des choses que je n'ai pas envie de faire. Ça résume tout, ça ! » (Loïc, 35 ans, Internet, 1997). La création d'entreprises devient alors un moyen de garder la capacité à choisir l'endroit où ils travaillent - et par conséquent l'endroit où ils vivent - non seulement pour eux mais aussi pour leur famille.

Poussé à l'extrême, cet attachement au territoire peut amener ces entrepreneurs à percevoir l'acte d'entreprendre comme un acte symbolique « identitaire » qui leur permet non seulement d'être assurés de « *rester au pays* » mais aussi de participer à son développement en créant des richesses et des emplois. Ceci est particulièrement frappant chez les entrepreneurs originaires du pays basque, comme l'explique typiquement l'un d'entre eux : « *Moi, si j'ai monté cette affaire c'était aussi pour être sûr de rester au pays. Je me sens très proche du pays basque et l'idée à la fois d'y travailler et un peu d'enrichir le pays... Mais après c'est aussi une question d'opportunité* » (Patxi, 45 ans, Commerce, 1998). Et même dans le cas de cet autre entrepreneur basque qui a été forcé de s'installer sur Bordeaux pour rester proche du milieu universitaire spécialisé dans son domaine d'activité (où il a aussi obtenu son diplôme d'ingénieur), le développement de son entreprise s'est fait en priorité sur le territoire du pays basque : « *Moi, secrètement, j'ai l'espoir de revenir chez moi, de travailler dans le pays basque. Mais après, ce n'est pas si simple. Nous, on est dans la chimie, dans les matériaux, c'est vrai qu'on a des clients dans le pays basque mais il n'y a pas les ressources, le savoir faire qu'il y a à Bordeaux. Il n'empêche que la première antenne que j'ai montée c'est à Bidart et je suis en train d'en monter une avec le pays basque espagnol* » (Juan, 46 ans, R&D Industrielle, 2001). Alors que sa société fonctionne aujourd'hui, à son initiative, sous forme de SCIC²¹, il déclare également s'être inspiré du modèle de fonctionnement sous forme de SCOP²² de nombreuses entreprises du pays basque espagnol²³.

On peut alors essayer de comprendre la situation des entrepreneurs basques à la lumière des théories sur l'entrepreneuriat ethnique pour lesquelles le désir d'entreprendre se fonde autant sur l'accès aux ressources du groupe que sur la volonté d'en faire bénéficier la communauté (Bonacich, 1973 ; Light, 1984). En effet, la plupart des chercheurs s'accordent sur l'importance des solidarités ethniques dans la mobilisation des ressources nécessaires pour la création et le fonctionnement d'une entreprise « ethnique ». Les ressources ethniques concernent plus particulièrement l'accès aux mécanismes de solidarité du groupe (réseaux d'associations, systèmes de financements, etc.), mais aussi à sa force de travail et sa demande potentielle de produits et de services spécifiques au marché intra-

²¹ Société Coopérative d'Intérêt Collectif.

²² Société Coopérative Ouvrière de Production.

²³ Au-delà des entrepreneurs que j'ai rencontrés, un entretien effectué avec le responsable d'une association d'aide à la création d'entreprises du pays basque semble confirmer l'hypothèse que le fort attachement des entrepreneurs basques à leur territoire puisse être un moteur de l'activité entrepreneuriale locale.

communautaire. On retrouve encore plus fortement cette idée d'ancrage géographique basée sur une appartenance ethnique dans la théorie de l'« économie d'enclave ethnique » (*ethnic enclave economy*) de Portes et Bach développée dans les années 1980 à partir de l'étude de la communauté cubaine de Miami (Portes & Bach, 1985). Selon cette analyse, l'enclave intracommunautaire fonctionne en parallèle du marché libre et offre un marché protégé où les entrepreneurs locaux peuvent facilement s'installer à leur compte en créant des entreprises ethniques. Localement, on peut prendre comme exemple le succès de la marque « 64 »²⁴ qui fonde sa stratégie commerciale sur l'attachement à une identité basque ou plus largement celui d'une économie locale fondée, en partie, sur des produits « communautaires » (bière basque, cola basque, etc.).

Si les ressources locales ne sont évidemment pas les seules ressources mobilisables pour l'entrepreneur, l'idée est qu'on peut difficilement « faire sans » notamment lors de la phase de démarrage de l'activité. Dès lors, l'encastrement territorial des créateurs d'entreprises aquitains peut être compris comme relevant avant tout d'un encastrement relationnel, voire communautaire, qui s'appuie non seulement sur leur réseau de relations mais aussi sur un attachement symbolique à leur territoire.

Conclusion

Si la référence implicite à la figure du « *self made-man* » conduit les entrepreneurs à minimiser les soutiens extérieurs dont ils ont bénéficié, une étude plus approfondie des témoignages fait apparaître qu'ils se privent rarement des ressources qu'ils peuvent tirer de leurs relations sociales territoriales²⁵. Comme le décrit Mark Granovetter dans le contexte néanmoins particulier de l'entrepreneuriat ethnique, l'ambivalence entre la tentation de s'appuyer sur les ressources issues de son milieu social et la volonté de s'en émanciper pour être autonome est symptomatique de la difficulté de l'entrepreneur à trouver le bon niveau d'encastrement et de découplage pour mener à bien son entreprise (Granovetter, 2003). S'il est toujours préférable de pouvoir s'appuyer sur les ressources issues de ses relations sociales pour démarrer son activité elles peuvent devenir un problème, à terme, pour son développement. En effet, elles ne doivent pas devenir des obligations trop lourdes pour l'entreprise (ingérence dans la gestion de l'entreprise de ceux qui ont financé son lancement, obligation d'embaucher une personne de sa famille en difficulté, effectuer des « ristournes » à tous ces proches, etc.)²⁶.

Étudier la manière dont les créateurs d'entreprises mobilisent leurs relations sociales permet ainsi de « temporaliser » les concepts de couplage et de découplage de la théorie

²⁴ Du numéro du département des Pyrénées-Atlantiques.

²⁵ La compréhension de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale ne se limite évidemment pas à cette seule dimension territoriale. Plus généralement, notre recherche montre que pour saisir la pluralité des logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre, le créateur d'entreprises doit être envisagé tout à la fois comme un agent socialisé, un acteur stratégique et un sujet doué de réflexivité. Inspirée de la sociologie de l'expérience (Dubet, 1996), cette approche considère que c'est dans la manière dont ces créateurs d'entreprises agencent ces trois grands registres d'action (socialisation, rationalité, subjectivité) dans leur modèle de justification que l'on peut saisir le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre.

²⁶ Même si cela s'apparente à un cas limite, on peut aussi percevoir cette idée de « coûteuses obligations » à travers l'exemple de l'« impôt révolutionnaire » réclamé prioritairement aux entrepreneurs basques par certaines organisations indépendantistes.

de Granovetter en montrant qu'ils correspondent généralement à des moments particuliers de la création d'une entreprise : le couplage pour le démarrage, le découplage pour le développement de l'activité. En effet, les entrepreneurs ont généralement tendance à s'appuyer sur leurs liens forts (famille, amis, conjoint) au moment de démarrer leur entreprise et plutôt sur leurs liens faibles (professionnels, « réseau business ») lorsqu'il s'agit de la développer (Granovetter, 2000). Parce que la création d'entreprises est souvent associée au risque et à l'incertitude (Cantillon, 1952 [1755] ; Knight, 1921 ; Kirzner, 2005), on peut penser que les créateurs d'entreprises préfèrent d'abord s'appuyer sur les relations qui représentent le plus à leurs yeux des rapports de confiance et de solidarité. Ce n'est qu'une fois l'entreprise bien implantée qu'ils opèrent des stratégies de découplage en intégrant des éléments extérieurs à leurs réseaux de proches afin d'étendre leur activité et de gérer leurs affaires de manière plus professionnelle. Par exemple, l'ami qui s'occupe de la comptabilité devient un comptable professionnel ; l'artisan qui ne travaillait que comme sous-traitant de son ancien patron crée son propre réseau de clientèle ; des sociétés d'investissement entrent dans le capital de l'entreprise, etc.

Ce n'est d'ailleurs qu'à ce moment-là que la question de la localisation - voire de la délocalisation - de l'entreprise va se poser, elle aussi, en termes « stratégiques » afin, par exemple, de bénéficier d'effets de proximité ou de mieux s'insérer sur un marché concurrentiel. Les compétences que doivent mobiliser les créateurs d'entreprises s'apparentent alors plus à celles d'un gestionnaire qu'à celles d'un entrepreneur à proprement parler. Ce passage du rôle d'entrepreneur à celui de gestionnaire ne se fait d'ailleurs pas sans difficultés et les conduit souvent à porter un regard nostalgique sur la phase de démarrage de leur aventure entrepreneuriale. Ils présentent ainsi l'histoire du désenchantement et de la routinisation de leur projet entrepreneurial : « *Ça démarre dans l'effervescence de la création, puis ça devient une affaire de gestionnaire...* ». Face à ce constat, certains entreront dans un véritable processus de « création compulsive » (Schumpeter, 1935) n'ayant de cesse de monter de nouveaux projets de création d'entreprises.

Références

- Bertaux D., 1997. *Les récits de vie*. Nathan, Paris.
- Boltanski L. & Chiapello E., 1999. *Le nouvel esprit du capitalisme*. Gallimard, Paris.
- Bonacich E., 1973. A Theory of Middleman Minorities, *American Sociological Review*, 38, 583-594.
- Bourdieu P., 1994. *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*. Seuil, Paris.
- Boutillier S. & Uzunidis D., 1999. *La légende de l'entrepreneur : le capital social, ou comment vient l'esprit d'entreprise*. La Découverte, Paris.
- Cantillon R., 1952 [1755]. *Essai sur la nature du commerce en général*. Institut national d'études démographiques, Paris.
- Casson M., 1991. *L'entrepreneur*. Economica, Paris.
- Dubet F., 1996. *Sociologie de l'expérience*. Seuil, Paris.
- Granovetter M., 2000. *Le marché autrement. Essais de Mark Granovetter*. Desclée de Brouwer, Paris.
- Granovetter M., 2003. La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs, *Terrains et travaux*, N°4, Département de Sciences Sociales, ENS Cachan, 167-206.
- Grossetti M. & Bes M.-P., 2003. La dynamique des cercles et des réseaux. Encastremets et découplages, *Revue d'Économie Industrielle*, 103, 43-58.
- Grossetti M., 2006. L'imprévisibilité dans les parcours sociaux, *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. CXX, janvier-juin, 5-28.
- Kirzner I., 2005. *Concurrence et esprit d'entreprise*. Economica, Paris.
- Knight F.-H., 1921. *Risk, Uncertainty and Profit*. Harvard University Press, Cambridge.
- Light I., 1984. Immigrant and ethnic business, *Ethnic and Racial Studies*, 7, 196-216.
- Moati P., 2002. Entreprises et entrepreneurs : de la très petite à la grande entreprise, état des lieux, *Cahiers français*, n°309, juillet-août 2002, 3-8.
- Pecqueur B., 1989. *Le développement local*. Syros, Paris.
- Plociniczak S., 2003. La construction sociale du marché des très petites entreprises. Des réseaux sociaux au capital social local des entrepreneurs. L'exemple de l'arrondissement lensois, *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, n°3, Octobre, 441-476.
- Polanyi K., 1985 [1944]. *La grande transformation*. Gallimard, Paris.
- Portes A. & Bach R. L., 1985. *Latin journey*. University of California Press, Berkeley.
- Reix F., 2007. Création d'entreprise et désirs d'autonomie, *Agora – Débats/Jeunesse*, N°45, 3^e trimestre 2007, 56-67.
- Sennett R., 2002. *Le travail sans qualités : les conséquences humaines de la flexibilité*. Albin Michel, Paris.
- Schumpeter J., 1935 [1911]. *Théorie de l'évolution économique*. Dalloz, Paris.
- Schumpeter J., 1942. *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Dalloz, Paris.
- Zalio P.-P., 2004. Territoires et activités économiques. Une approche par la sociologie des entrepreneurs, *Genèses*, 56, Septembre, 4-27.

LES LOGIQUES D'ACTION À L'ŒUVRE DANS L'ACTE D'ENTREPRENDRE

[Fabien Reix](#)

ARIMHE | « RIMHE : Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise »

2012/1 n°1 | pages 37 à 52

ISSN 2259-2490

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-rimhe-2012-1-page-37.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour ARIMHE.

© ARIMHE. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre

Fabien REIX¹

Résumé

Cet article vise à interroger la relation entre éthique et entrepreneuriat à travers l'identification des logiques d'action à l'œuvre dans l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. Les raisons qui conduisent un individu à créer sa propre entreprise sont multiples et ce d'autant plus que le groupe des entrepreneurs ne peut être appréhendé comme une catégorie sociale homogène. L'analyse des récits de vie d'une soixantaine de créateurs d'entreprises aquitains permet cependant d'identifier trois grandes logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre. On observe ainsi que créer son entreprise renvoie à une pluralité de motifs d'action dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective).

Mots clés

Sociologie économique, éthique, entrepreneuriat, entrepreneurs, créateurs et création d'entreprises, logiques d'action, carrière, engagement, méthode biographique.

Abstract

This paper aims at studying the relationship between ethics and entrepreneurship through the identification of logics of action in the commitment to an entrepreneurial career. The reasons that lead a person to create his own business are multiple given that the group of entrepreneurs is not an homogeneous social group. The analysis of sixty life stories of entrepreneurs living in Aquitaine (South-West of France) allows to identify three major approaches of logics of action in entrepreneurship. Finally, the act of founding business can be understood as a means to achieve a social status (logic of integration), a means to maximize its resources (logic of rationality) and a means to access to self achievement (logic of subjectivation).

Keywords

Economic sociology, ethic, entrepreneurship, entrepreneurs, logics of action, career, commitment, biographical method.

1 - Sociologue, Chercheur au Centre Emile Durkheim, Université Bordeaux Segalen, fabien.reix@u-bordeaux2.fr
L'auteur tient à remercier Barbara, Maël et Pierre-Marie pour leur lecture minutieuse.

Introduction

Faire de l'entrepreneuriat un objet sociologique revient à considérer ce phénomène comme une action sociale et à s'intéresser en premier lieu à ceux qui accomplissent l'acte d'entreprendre, comme les créateurs d'entreprises par exemple². En effet, parmi la pléthore d'articles universitaires traitant de la création d'entreprise, on peut regretter que si peu portent sur les acteurs qui en sont à l'origine. Quand elle ne lui préfère pas l'entreprise comme objet d'étude, cette littérature tend par ailleurs trop souvent à véhiculer une vision héroïque de l'entrepreneur (*self made man*, goût du risque, gestion de l'incertitude, innovation,...) inspirée en partie de celle de Schumpeter (1935 [1911]). Le domaine d'étude de l'entrepreneuriat n'a rien d'un champ unifié (Filion, 1997; Verstraete et Fayolle, 2005), mais il faut bien reconnaître que depuis les débats séminaux entre Gartner et Carland sur ce que doit recouvrir la notion d'*entrepreneurship*, c'est bien l'approche du premier - centrée sur l'étude du processus de création d'une entreprise perçue comme une organisation - qui semble avoir obtenue l'adhésion de la plupart des gestionnaires. Et si l'article de Shane et Venkataraman (2000) semble marquer une « rupture » (Chabaud et Messeghem, 2010) dans une opposition stérile entre les deux approches, force est de constater que l'étude de l'entrepreneur en tant qu'acteur social reste le parent pauvre du modèle processuel qu'ils défendent. Il existe évidemment des contre-exemples, notamment parmi les gestionnaires qui s'inscrivent dans la perspective dialogique entre individu et création de valeur, conception inspirée des travaux fondateurs de Bruyat (1993). On pourrait ainsi citer les travaux de Fayolle sur les ingénieurs créateurs d'entreprises (2003) ou encore ceux d'Hernandez sur « les dimensions de la décision d'entreprendre » qui s'appuie sur l'analyse de récits de vie d'entrepreneurs (2006).

Longtemps absente du champ de l'entrepreneuriat, notamment en France, la sociologie semble aujourd'hui vouloir s'intéresser à ce domaine d'étude³. On peut cependant regretter que la figure de l'entrepreneur demeure encore si souvent attachée à celle de l'*homo oeconomicus*. Pour comprendre l'action de l'entrepreneur, on ne peut pourtant pas se limiter à une simple interprétation en termes de rationalité instrumentale. Sen dénonce cette importance exagérée accordée au principe d'utilité en économie en invitant à réintroduire l'analyse de la dimension éthique des motivations

2 - La figure de l'entrepreneur se confond souvent avec celle du créateur d'entreprises sans pour autant s'y réduire en réalité. En effet, on peut « entreprendre » dans bien d'autres mondes que celui de l'économie. On pense ici notamment aux entrepreneurs de morale décrits par Becker (1985 [1963]).

3 - On pourrait citer en exemple le programme de recherche sur « Les appuis sociaux de l'entrepreneuriat » piloté par les sociologues Grossetti et Zalio (financé par l'Agence Nationale de la Recherche, 2007-2012).

des agents économiques : « L'homme purement économique est à vrai dire un demeuré social. La théorie économique s'est beaucoup occupée de cet idiot rationnel drapé dans la gloire de son classement de préférences unique et multifonctionnel » (Sen, 1993, p. 107). Il convient également de déconstruire la vision héroïque de l'entrepreneur schumpétérien qui tend à le limiter à un simple « rebelle isolé et créatif » (Mustar, 1994). Les travaux de sociologie économique ont ainsi permis de montrer que l'entrepreneur est bien un acteur « socialisé » (Boutillier et Uzunidis, 1999) et « encastré » dans des réseaux de relations qui servent d'appui à son activité entrepreneuriale (Arocena et al., 1983 ; Granovetter, 2003 ; Grossetti et Barthe, 2008).

La question des motifs de l'entrepreneur reste quant à elle en suspens. En effet, les tenants de l'approche par les traits (*trait approach*) n'ont pas réussi à épuiser le délicat sujet des « mobiles » de l'entrepreneur que Schumpeter avait lui-même tenté d'élucider en son temps (1935). La question des motifs de l'action renvoie plus généralement à l'étude de l'éthique qui anime les entrepreneurs, comme l'a fait Weber en associant éthique protestante et esprit du capitalisme (2003). Tout au long de son ouvrage, Weber insiste cependant sur le fait que le capitalisme contemporain n'a plus besoin du soutien d'un ascétisme protestant devenu séculaire. Il décrit ainsi la recherche effrénée du profit de l'entrepreneur moderne comme relevant plus d'un comportement « sportif » purement agnostique que d'une valeur proprement religieuse : « l'idée d'accomplir son « devoir » à travers une besogne hante désormais notre vie, tel le spectre de croyances religieuses disparues. [...] Aux Etats-Unis, sur les lieux mêmes de son paroxysme, la poursuite de la richesse, dépouillée de son sens éthico-religieux, a tendance aujourd'hui à s'associer aux passions purement agonistiques, ce qui lui confère le plus souvent le caractère d'un sport » (Weber, 2003, p. 161)⁴. Ces considérations nous conduiront à utiliser la notion d'éthique entrepreneuriale pour désigner l'ensemble des valeurs qui guident l'entrepreneur sans pour autant que celle-ci fasse référence de manière explicite aux valeurs morales religieuses. Aussi, nous défendrons l'idée que pour étudier l'éthique entrepreneuriale il est nécessaire d'adopter une approche compréhensive d'inspiration webérienne en cherchant à identifier les motifs qui conduisent un individu à s'engager dans une carrière d'entrepreneur. Cela revient à suivre un précepte méthodologique qui consiste à préférer la question du comment à celle du pourquoi (Becker, 2002). En effet, pour prétendre arriver à expliquer *pourquoi* on devient un entrepreneur, il faut

4 - Analogie avec le sport que l'on retrouve également chez Schumpeter lorsqu'il caractérise l'entrepreneur par la volonté du vainqueur : « Il aspire à la grandeur du profit comme à l'indice du succès - par absence souvent de tout autre indice - et comme à un arc de triomphe. L'activité économique entendue comme sport, course financière, plus encore combat de boxe » (Schumpeter, 1935, p.105).

avant tout comprendre *comment* on le devient.

Cet article s'appuie sur l'usage de la méthode biographique (Peneff, 1997) appliquée à l'étude de l'engagement entrepreneurial (Pailot, 2003 ; Hernandez, 2006) à travers l'analyse de plus d'une soixantaine de « récits de vie » (Bertaux, 1997) de créateurs d'entreprises aquitains, aux profils volontairement très hétérogènes, réalisés entre 2005 et 2010⁵. En effet, les enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises démontrent que les entrepreneurs ont des caractéristiques très différentes en termes d'origine sociale, d'âge, de niveau de diplôme, etc.⁶. Pour respecter la diversité de la catégorie des créateurs d'entreprises, nous avons donc privilégié l'étude des cas les plus variés tant au niveau du profil du créateur (sexe, âge, origine sociale) qu'au niveau du type d'entreprises créées (secteur d'activité, taille de l'entreprise), l'objectif étant d'éclairer les significations générales de l'acte d'entreprendre à travers la comparaison d'un ensemble de cas singuliers. Nous faisons ainsi l'hypothèse que ce que les entrepreneurs ont en commun n'est pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre. Le récit de vie est un instrument particulièrement adapté lorsqu'il s'agit de rendre compte des interprétations subjectives qui guident les conduites individuelles (Fillieule, 2001). La méthode biographique permet de retracer des « histoires de vie » tant sur le plan personnel que professionnel et d'analyser le regard réflexif que portent les acteurs sur leurs trajectoires. L'interprétation croisée de ces longs entretiens (entre 2 et 4 heures en moyenne) a ainsi permis de repérer les grands registres d'action qu'ils mobilisent pour justifier leur engagement dans une carrière d'entrepreneur.

Les raisons qui conduisent un individu à créer sa propre entreprise sont multiples et ce d'autant plus que le groupe des entrepreneurs ne peut être appréhendé comme une catégorie sociale homogène. L'analyse des récits de vie de ces entrepreneurs permet cependant d'identifier trois grandes logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre qui renvoient plus généralement aux trois grands registres d'action proposés par Dubet (1994) dans sa sociologie de l'expérience (socialisation, rationalité,

5 - Cette base de données a été principalement alimentée par une enquête sur les trajectoires sociales des créateurs d'entreprises aquitains (financée par le Conseil Régional d'Aquitaine entre 2003 et 2006) regroupant 45 récits de vie de créateurs d'entreprises aux profils très variés. Elle a été récemment complétée par une seconde enquête sur les appuis sociaux de l'entrepreneuriat (financée par la Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine entre 2009 et 2010) regroupant 18 entretiens biographiques avec des fondateurs d'entreprises innovantes accompagnées par l'IRA (Incubateur Régional d'Aquitaine).

6 - Voir les résultats des enquêtes SINE (Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises) de 2006. En effet, ce travail s'appuie aussi sur une analyse secondaire de la base de données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises en 2006.

subjectivation)⁷. Nous montrerons donc que l'engagement (Becker, 2006)⁸ dans une carrière entrepreneuriale renvoie à une pluralité de motifs dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective).

1. La logique d'intégration ou la création d'entreprise comme moyen d'accéder à un statut

Si la création d'entreprises est généralement décrite par les entrepreneurs comme « *une aventure solitaire* »⁹, nous verrons qu'elle se fonde bien souvent sur leurs appartenances sociales et en particulier sur leur appartenance familiale. En effet, notre recherche montre que l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut d'abord être compris comme une conduite suivant une logique d'intégration qui procède de certains modes de détermination par la socialisation et le contrôle social intériorisé. Sans pour autant considérer que la socialisation doit se réduire à l'institution familiale, la tendance qu'ont les entrepreneurs interrogés à « naturellement » chercher certains des motifs de leur engagement entrepreneurial dans leur histoire familiale nous conduira à nous concentrer sur cette dimension dans un premier temps.

Pour ceux dont les parents étaient eux-mêmes entrepreneurs, l'idée de transmission du goût d'entreprendre par la famille est présentée comme une évidence. En choisissant de devenir créateurs d'entreprises, certains reconnaissent donc vouloir s'inscrire dans une tradition familiale entrepreneuriale. Il reste que parmi les créateurs d'entreprises de notre panel, ceux dont les parents étaient eux-mêmes des entrepreneurs sont loin d'être majoritaires. Pour la plupart des créateurs d'entreprises, l'influence de la famille sur leur parcours n'est donc pas à chercher dans la reproduction pure et simple d'un modèle entrepreneurial parental. Elle serait plutôt liée à la transmission d'une éducation qui valorise pêle-mêle la créativité, la prise d'initiatives, l'indépendance, le sens des responsabilités, la valorisation du travail : vertus qu'ils jugent nécessaires d'avoir pour devenir entrepreneur. Ainsi, au-delà de la seule référence à la famille comme modèle, on observe que la vocation d'entrepreneur « s'enracine » souvent dans l'histoire familiale à travers l'intériorisation d'une culture entrepreneuriale.

7 - Le concept de logiques d'action formalisé par Dubet (1994) doit ainsi être distingué de celui présenté dans l'ouvrage collectif d'Amblard et al. (1994) et mobilisé par Hernandez dans son analyse des décisions de l'acte d'entreprendre (2006).

8 - Messegem et Sammut (2010) ont eux aussi montré toute l'utilité du cadre d'analyse de Becker (1963) pour étudier l'engagement entrepreneurial.

9 - Toutes les citations en italique sont des extraits tirés des entretiens réalisés avec les entrepreneurs de notre échantillon.

le marquée principalement par l'indépendance et la valorisation du travail (Pinçon et Pinçon-Charlot, 1999). Dans cette perspective, on pourrait faire l'hypothèse inspirée du modèle théorique de Bourdieu selon laquelle la famille transmet le « goût » d'entreprendre (Boutillier et Uzunidis, 1999). L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprises, notamment en termes d'origine sociale, montre pourtant qu'il est difficile de réduire l'engagement entrepreneurial à la seule transmission d'un habitus de classe favorable à l'émergence du goût d'entreprendre. Notre recherche montre en effet que l'engagement entrepreneurial renvoie plutôt à une logique d'intégration qui s'exprime essentiellement à travers la volonté d'accéder à un statut valorisé socialement, qui permet à l'entrepreneur de s'inscrire dans une trajectoire sociale, qu'elle soit marquée par une culture entrepreneuriale ou non. L'engagement dans une carrière d'entrepreneur correspond alors à une manière de répondre à des attentes normatives qui peuvent être sensiblement différentes selon le milieu social d'origine. Pour les entrepreneurs issus de milieux populaires, l'engagement dans une carrière entrepreneuriale correspond à une injonction de mobilité sociale d'autant plus forte que les enfants auront suivi la même voie professionnelle que leurs parents. Pour l'illustrer, on peut prendre l'exemple de cet artisan salarié qui, à quelques mois de la retraite, a aidé son fils - artisan ébéniste comme lui - à créer sa propre entreprise afin de « *lui mettre le pied à l'étrier* » et lui éviter ainsi d'avoir à « *trimer toute sa carrière* ». Pour les entrepreneurs issus de milieux plus aisés, il s'agira plutôt de maintenir un certain niveau de réussite sociale. En effet, ces derniers se décrivent de manière récurrente comme des « ratés de la reproduction sociale » en se présentant comme le « *vilain petit canard* » ou le « *saltimbanque* » de la famille parce qu'ils n'ont pas réussi à atteindre le niveau d'excellence scolaire qui était la norme dans leur famille par exemple. On peut cette fois faire référence à cet entrepreneur qui a créé sa propre entreprise de peinture en bâtiment après avoir connu un parcours scolaire et professionnel qu'il qualifie lui-même de « *chaotique* » alors que toutes les personnes de sa famille avaient de « *beaux diplômes* » et de « *belles situations* ». Tout en cherchant à retourner le stigmate (Goffman, 1963) de la singularité de leurs parcours en survalorisant l'étiquette d'autodidacte, ce genre d'entrepreneur finit généralement par admettre que devenir entrepreneur était un moyen d'être « *reconnu* » par son milieu. Dans ce cas, la création de sa propre entreprise va être considérée comme un moyen de se « *mettre à niveau* », la réussite économique et la considération sociale attachées à la figure de l'entrepreneur permettant de compenser en partie l'échec scolaire. En effet, même si, en France, la considération sociale reste souvent liée au niveau de diplôme (Van De Velde, 2010), le statut d'entrepreneur

apparaît suffisamment valorisé en soi pour être perçu comme un mode alternatif de réussite sociale.

Au final, qu'il relève d'une forme d'ascension sociale ou du maintien d'un certain niveau de réussite sociale, l'acte d'entreprendre reste une manière d'accéder à un statut valorisé socialement qui permet d'être reconnu par sa communauté quelle qu'elle soit (familiale, professionnelle, etc.). Les formes de justifications renvoyant à cette logique d'intégration restent cependant particulièrement difficiles à saisir dans les récits de vie des entrepreneurs. S'ils évoquent assez facilement et assez spontanément leurs origines sociales, ils finissent toujours, d'une manière ou d'une autre, par remettre en cause ou, au moins, minimiser l'influence de leur milieu social sur leur engagement entrepreneurial cherchant par là à satisfaire au mythe du *self made man* dont la réussite ne doit rien à personne. Mais, si cette référence implicite conduit les entrepreneurs à minimiser les soutiens extérieurs dont ils ont bénéficiés, une étude plus approfondie des témoignages et l'usage de sources croisées sur une même histoire font apparaître qu'ils se privent rarement des ressources qu'ils peuvent tirer de leurs appartenances sociales. Ainsi dans un second temps, nous chercherons à montrer en quoi l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut être interprété comme une logique stratégique visant à maximiser ses ressources.

2. La logique stratégique ou la création d'entreprise comme un choix rationnel

Pour beaucoup, devenir créateur d'entreprise n'était « *pas un choix prémédité* ». Au-delà de la reconnaissance de certaines dispositions familiales propices à l'engagement dans une carrière d'entrepreneur, la création d'entreprise est souvent présentée comme une simple histoire d'opportunité ce qui conduit parfois à des justifications laconiques : « *j'ai eu une opportunité, je l'ai saisie!* ». Quoiqu'en disent les créateurs interrogés, l'engagement dans une carrière d'entrepreneur se fait rarement sur un coup de tête. On observe en effet que la plupart des entrepreneurs ont vécu un événement s'apparentant à une bifurcation (Grossetti, Bessin et Bidart, 2010) avant de s'engager dans la création de leur propre entreprise. La dimension rétrospective de l'exercice de l'entretien biographique permet de saisir ces moments clés dans les récits de carrières des entrepreneurs (Zalio, 2007). Le choix de la méthode des récits de vie procède en effet de la nécessité de considérer l'engagement dans une carrière entrepreneuriale comme un processus (Hughes, 1996). Afin de distinguer les différents types d'événements qui peuvent conduire un individu à créer son entreprise, on peut reprendre le modèle « *push/pull* » de Shapero et Sokol (1982).

Selon cette théorie, les individus qui créent une entreprise le font tantôt pour des raisons « positives », telles que la recherche d'autonomie et le contrôle de son environnement qui constitueraient des finalités suffisamment attractives pour les tirer (*pull*) hors de l'entreprise qui les emploie ; tantôt pour des raisons « négatives », telles qu'un licenciement ou une longue période de chômage qui les pousseraient (*push*) à prendre en main leur propre destinée. Les événements qui vont conduire à envisager l'opportunité de créer sa propre entreprise ne se limitent cependant pas à la sphère professionnelle et peuvent parfois concerner plus directement la sphère privée même si les deux restent souvent intimement liées (mutation du conjoint, choix du cadre de vie au-delà des contraintes professionnelles, remise en question de son parcours professionnel,...). Mais, tous les individus qui sont confrontés à ce genre de situations n'en deviennent pas tous des créateurs d'entreprises pour autant. Le fait que certains se saisissent de ces événements pour les transformer en opportunités entrepreneuriales va alors dépendre de leur capacité à mobiliser les ressources issues de leurs réseaux d'appartenances pour mener à bien leur projet de création d'une entreprise. Nous développerons ce point en nous concentrant sur deux dimensions des ressources relationnelles des entrepreneurs : celles issues de leurs réseaux professionnels d'une part et celles issues de leurs réseaux sociaux d'autre part.

Les entrepreneurs évoquent en premier lieu les relations issues de leurs réseaux professionnels parmi celles qui ont le plus favorisé la création de leur entreprise. Selon les enquêtes SINE de l'INSEE, la moitié des créations d'entreprises se fait dans le même secteur d'activité que celui où travaillaient précédemment les entrepreneurs interrogés. En plus de leur garantir des compétences et une bonne connaissance du secteur d'activité, cette expérience du métier leur permet de s'appuyer sur les relations professionnelles qu'ils ont construites à cette occasion. Malgré l'existence d'éventuelles clauses de non-concurrence dans leurs anciens contrats, les entrepreneurs se privent rarement de puiser dans leur carnet d'adresses pour soutenir leur projet. L'opportunité de créer l'entreprise peut alors provenir d'un fournisseur, d'un client, d'un collègue ou même parfois d'un ancien employeur. Le cas des artisans et ouvriers du bâtiment qui s'installent à leur compte en est une bonne illustration. La logique du métier propre à ce secteur peut conduire certains patrons à voir d'un bon œil l'installation à leur compte de leurs employés. L'ancien employeur concède alors quelques contrats pour aider son ancien salarié à se lancer en contrepartie d'un accord de sous-traitance par exemple. Plus généralement, on constate que les entrepreneurs se débrouillent souvent pour mobiliser d'anciennes relations professionnelles, pour avoir « *quelques contrats sous le coude* » afin

de démarrer sereinement leur activité et autofinancer en partie leur projet entrepreneurial. Notre enquête montre en effet que, contrairement à une idée reçue, la plupart des créateurs d'entreprises ont un goût très modéré pour le risque, notamment lorsqu'il s'agit d'engagements financiers¹⁰. L'importance du réseau professionnel n'est plus à démontrer dans l'exercice d'une activité économique. Mais on oublie trop souvent de prendre en compte l'importance des solidarités familiales qui sont pourtant à l'origine de la concrétisation de nombreux projets de créations d'entreprises (Pecqueur, 1983 ; Casson, 1991 ; Boutillier & Uzunidis, 1999). C'est en particulier le cas de ceux pour qui l'engagement dans la création d'entreprises correspond à une forme de reconversion professionnelle. N'ayant plus la possibilité de s'appuyer sur le réseau professionnel, ils vont logiquement privilégier le recours à des relations plus personnelles pour les aider à monter leur projet. Un membre de la famille peut être à l'origine de l'opportunité de la création de l'entreprise. On pense ici au cas de ce haut fonctionnaire dans le domaine de la santé qui a offert à son fils vers l'opportunité de créer une maison d'édition spécialisée dans le droit de la santé. On pourrait aussi citer l'exemple de ce père assureur qui a participé à la viabilité commerciale de l'entreprise de peinture de son fils en lui renvoyant ses clients victimes de dégâts des eaux. Il n'est pas rare non plus qu'un membre de la famille ou un ami proche remplisse, de manière officielle ou officieuse, différentes fonctions dans l'entreprise (conseiller juridique, administratif, commercial, comptable, etc.)¹¹. Ce n'est qu'une fois l'entreprise bien implantée que les fondateurs opèrent des stratégies de « découplage » (White, 2011) en intégrant des éléments extérieurs à leurs réseaux de proches afin d'étendre leur activité et de gérer leurs affaires de manière « plus professionnelle » (Reix, 2008). L'ami qui s'occupe de la comptabilité devient alors un comptable professionnel ; l'artisan qui ne travaillait que comme sous-traitant de son ancien patron s'en émancipe en créant son propre réseau de clientèle ; les sociétés de capital-risque prennent le relais du financement du démarrage de l'entreprise par les proches (« love money ») ; etc.

L'accès aux ressources reste cependant inégalement réparti selon l'origine

10 - Les données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises confirment que les sommes engagées dans la mise en place des projets entrepreneuriaux sont relativement modestes. Ainsi les budgets ne dépassent pas les 8000€ dans la majorité des cas. Plus encore, on sait que près d'un quart des créateurs d'entreprises de 2006 ont démarré leur activité avec moins de 2000€. Voir les enquêtes SINE de l'INSEE en 2006.

11 - Plus généralement, les travaux sur les appuis sociaux de l'entrepreneuriat (Grossetti & Barthe, 2008) montrent que pour accéder aux ressources nécessaires à la création d'une entreprise (conseils, financement, recrutement,...), les fondateurs privilégient d'abord leurs « relations sociales » avant de mobiliser les « dispositifs de médiation » comme les organismes publics ou privés d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprises par exemple.

sociale. Lors de la mise en place de leur projet, les entrepreneurs issus de milieux modestes mobilisent principalement leur réseau professionnel tandis que ceux qui sont issus de milieux plus aisés privilégient leur réseau personnel et/ou familial. En outre, il faut bien admettre que, dans certains cas, cette logique stratégique de maximisation des ressources s'apparente plus à une « logique de survie » face aux incertitudes économiques et aux phénomènes de discrimination à l'embauche sur le marché du travail. Les données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprises montrent ainsi que les deux tiers des entrepreneurs perçoivent l'engagement dans la création d'entreprise comme un moyen d'assurer leur propre emploi. Dans bien des cas, le choix de s'engager dans la création de sa propre entreprise est un choix rationnel soit parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, soit parce qu'ils en ont guère. Autrement dit, et pour parler comme Boudon (2003), les entrepreneurs interrogés déclarent s'être lancé dans une carrière d'entrepreneur car, dans leur situation, ils avaient de « bonnes raisons » de le faire. Qu'il soit relatif à une décision « choisie » ou « contrainte », l'acte d'entreprendre reste toujours lié à des motivations orientées vers la volonté de maîtriser son parcours et de « prendre son avenir en main ». Or, avec la construction d'un parcours dont la réussite ne doit rien à personne, ce désir de maîtriser son destin est, à notre sens, le fondement de l'éthique entrepreneuriale qui anime l'ensemble des créateurs d'entreprises. Ainsi, dans un dernier temps, nous chercherons à montrer en quoi l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut être appréhendé comme une logique subjective de construction de soi (Rose, 1992).

3. La logique subjective ou la création d'entreprise comme moyen de réaliser un projet de vie

Dans le discours de ces entrepreneurs, l'accès à l'autonomie apparaît comme le principal motif d'action et de justification de leur engagement dans une carrière entrepreneuriale (Reix, 2007). On observe que ce désir d'autonomie s'appuie d'une part sur une volonté de mettre à distance leur héritage familial et d'autre part sur une volonté de s'émanciper des contraintes du capitalisme moderne. Selon Sennett, les caractéristiques du néo-capitalisme comme la précarité des statuts, l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique, ou encore le spectre du chômage interdiraient aujourd'hui de construire des projets de vie (Sennet, 2002). Les créateurs d'entreprises que nous avons rencontrés, et en particulier les plus jeunes, décrivent pourtant leur engagement dans une carrière d'entrepreneur comme « un projet de vie » qui dépasse largement le cadre de la

sphère professionnelle. La manière dont les jeunes entrepreneurs décrivent leur rapport au travail et leur relation au temps contraste avec l'image d'un entrepreneur forçat de travail véhiculée par les plus âgés. C'est peut-être là l'une des distinctions les plus nettes entre les différentes générations d'entrepreneurs rencontrées. La représentation du chef d'entreprises qui ne vit que pour son travail, « *fait des horaires à rallonge* » et ne prend pas de vacances correspond plutôt à un modèle ancien de la fonction de patron. Comme tant d'autres, un ancien cadre nous explique au contraire que l'un des intérêts d'être aujourd'hui son propre patron, c'est justement de pouvoir s'assurer que son travail n'empiètera plus, outre mesure, sur sa vie extra-professionnelle. La référence récurrente à la vie de famille et l'importance qu'ils y accordent transparait aussi lorsqu'ils évoquent le fait de pouvoir aller chercher leurs enfants à l'école comme exemple de leur autonomie en termes d'horaires. La décision de créer une entreprise n'engage évidemment pas uniquement le seul créateur d'entreprise. De fait, une écrasante majorité des personnes rencontrées vivaient déjà en couple avec des enfants au moment où ils ont créé leur entreprise. Ce qu'il y a de nouveau dans la manière dont les plus jeunes conçoivent leur carrière d'entrepreneur, c'est la revendication à pouvoir construire leur projet professionnel en prenant en considération des impératifs conjugaux et familiaux visant à articuler au mieux sphère professionnelle et sphère privée. Alors que les plus anciens évoquent très rarement le rôle de leur conjoint, les plus jeunes valorisent au contraire le fait d'avoir construit leur projet entrepreneurial en couple. Néanmoins, le conjoint n'a pas forcément de fonction explicite au sein de l'entreprise. Les créateurs de la jeune génération semblent effectivement vouloir éviter le télescopage entre vie privée et vie professionnelle. En effet, dans l'esprit des plus jeunes, vouloir harmoniser les sphères professionnelle et familiale ne veut pas pour autant dire les faire fusionner. L'idée de contrôler la place qu'occupe le travail dans sa vie ne vient pas forcément alimenter la thèse de la disparition de la valeur travail (Meda, 1995). Au contraire, même si les plus jeunes ne semblent y voir qu'un moyen parmi d'autres de s'épanouir, ils partagent tous une représentation du travail comme une valeur fondamentale de réalisation de soi (McClelland, 1961). Là où d'autres accepteraient un travail routinier, pour peu qu'ils aient d'autres sources d'épanouissement, ces entrepreneurs affirment la nécessité de prendre du plaisir et de se réaliser dans leur travail. En créant leur propre entreprise, ces individus cherchent également à s'émanciper des contraintes du statut de salarié et plus largement du mode de fonctionnement du marché du travail et de l'entreprise. Parmi celles qu'ils cherchent à fuir, on retrouve l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique faite en particulier aux jeunes.

Le profil de carrière des jeunes diplômés implique souvent un passage quasi obligé en région parisienne. On retrouve alors à l'origine de l'installation à son compte la volonté de sortir de ce schéma de carrière tout tracé. Alors qu'on demande aux salariés d'être de plus en plus mobiles géographiquement, ces entrepreneurs perçoivent leur ancrage territorial (Reix, 2008), *via* la création de leur entreprise, comme un moyen d'échapper à cette mobilité « forcée ». On pense ici à l'exemple de ce jeune ingénieur qui a quitté un « confortable » emploi de cadre en région parisienne pour se reconvertir dans la création d'un café où l'on peut jouer à des jeux de société pour concrétiser son souhait de revenir s'installer avec sa famille dans son sud-ouest natal.

Pour ces entrepreneurs, devenir son propre patron, c'est aussi avoir le sentiment de pouvoir choisir son activité et de gérer son temps. À travers cette idée de maîtriser son travail, c'est bien celle de contrôler son temps que l'on perçoit en filigrane. Cette volonté de contrôler les choses fait écho à ce qu'ils estiment être un fort « *besoin de liberté* ». Par exemple, tous disent que s'ils n'ont pas envie d'aller travailler, ils peuvent le faire. Mais lorsqu'on leur demande s'ils l'ont déjà fait, tous répondent que non ! En effet, ils admettent par la suite que s'installer à son compte ne veut pas pour autant dire être exempt de toutes contraintes. Leur quotidien de dirigeants d'entreprises les amène même parfois à qualifier les obligations liées aux clients et à la gestion du personnel comme potentiellement plus contraignantes que les obligations liées au statut de salarié. Ainsi, les nouvelles responsabilités associées à leur statut de patron les empêchent concrètement de maîtriser totalement leurs horaires. Ils finissent alors par expliquer que ce qui compte, c'est de savoir qu'ils restent libres de le faire, ce qui n'est qu'une manière de dire qu'une contrainte « choisie » est toujours plus facile à accepter que lorsqu'elle est inféodée aux décisions des autres. Ce passage du rôle d'entrepreneur à celui de gestionnaire reste cependant souvent difficile à surmonter et les conduit à porter un regard nostalgique sur la phase de démarrage de leur aventure entrepreneuriale. Ils présentent ainsi l'histoire du désenchantement et de la routinisation de la création d'entreprises : « *Ça démarre dans l'effervescence de la création, puis ça devient une affaire de gestionnaire...* ». Face à ce constat, certains entrèrent dans un véritable processus de « création compulsive » (Schumpeter, 1935) n'ayant de cesse de monter de nouveaux projets entrepreneuriaux.

Dans cette perspective, l'acte d'entreprendre peut finalement être perçu comme une logique de construction de soi ou de subjectivation en tant que moyen de réaliser un projet personnel qui donnera du sens à son travail et à son existence (Dubet, 1994). Ce type de justification renvoie aussi dans

une certaine mesure à ce que Boltanski et Chiapello (1999) nomment « la critique artiste » du capitalisme marquée par les revendications de libération et d'authenticité. Ainsi, on peut interpréter ce nouveau rapport au travail des jeunes entrepreneurs comme un moyen d'exploiter les ressources du capitalisme pour mieux en contourner les contraintes.

Conclusion

Au regard des récits de vie de ces entrepreneurs, trois facteurs peuvent être distingués pour comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. D'abord le « goût d'entreprendre » peut être transmis par la famille bien que l'image du *self made man* conduit à résister à cette tendance. Ensuite, dans bien des cas, la création d'entreprises est un choix rationnel, soit parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, soit parce qu'ils en ont peu. Mais il reste que tous ceux qui ont hérité de dispositions entrepreneuriales et tous ceux qui ont intérêt à créer une entreprise ne le font pas. On retrouve alors les vieilles questions de Schumpeter et de Weber sur les dispositions éthiques de l'entrepreneur. Au-delà d'une socialisation entrepreneuriale et d'un calcul rationnel maximisant ses ressources, qu'est-ce qui fonde l'éthique entrepreneuriale? Cette dernière notion permet d'envisager la création d'entreprises non plus seulement comme une forme de reproduction sociale et/ou comme un comportement guidé par la seule rationalité économique, mais également comme une forme de construction de soi. Pour autant, il n'y a pas de possibilité d'arbitrage entre ces différents registres d'action qui ne doivent donc pas être compris comme des catégories visant à faire une typologie des entrepreneurs mais plutôt comme une manière d'aborder dans un même mouvement la pluralité des logiques d'action de l'entrepreneur¹². Pour comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale, l'entrepreneur doit être envisagé tout à la fois comme un agent socialisé (socialisation), un acteur stratégique (rationalité instrumentale) et un sujet doué de réflexivité (éthique personnelle). C'est dans la manière dont ces créateurs d'entreprises agencent ces trois logiques d'action dans leur modèle de justification que l'on peut saisir le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre. Or, seul le dernier registre d'une éthique personnelle guidée par cette volonté commune à tous de maîtriser son destin permet de faire le lien entre l'ensemble des motifs qui les ont conduits à devenir des entrepreneurs.

La mise à distance de l'héritage social et la volonté de contrôler sa carrière professionnelle en s'affranchissant d'une partie des contraintes du

12 - Comme le montre Filion (2000), il existe une longue tradition de l'approche typologique dans l'étude de l'entrepreneur.

marché du travail reposent essentiellement sur une volonté commune à tous d'être « *les auteurs de leur propre vie* ». Cette idée n'est pas sans rappeler le concept de *locus of control* défini par Rotter (1990) bien qu'il ne concerne pas l'étude des entrepreneurs au départ. Difficile à traduire en français, cette variable vise à interroger la tendance qu'ont les individus à penser qu'ils maîtrisent ou non ce qu'ils sont ou ce qu'ils font. L'auteur explique ainsi que face aux actions ou aux événements qui affectent leurs vies de manière positive ou négative, les individus s'en attribuent la responsabilité (*internal locus of control*) ou au contraire l'impute au hasard, à la destinée ou à tout autre élément extérieur (*external locus of control*). Appliquant cette notion à la compréhension de l'éthique entrepreneuriale, certaines études montrent que les entrepreneurs se distinguent des autres par leur tendance à vouloir « *maîtriser leur destin* » illustrant le caractère interne de leur *locus of control* (McGraw et Robichaud, 1995). On peut d'ailleurs en trouver une bonne illustration dans la récurrence de la référence à la figure du *self made man* dans leurs discours.

En effet, notre recherche tend à montrer que la dénégation de la filiation entrepreneuriale, et plus généralement la dénégation de tout type d'influence dans la construction de la carrière d'entrepreneur, constitue un exemple significatif de l'attachement des acteurs à montrer qu'ils sont les auteurs de leur vie et qu'ils en maîtrisent le cours. L'utilisation de la méthode des récits de vie conduit la personne interviewée à envisager sa biographie à travers une rationalité *a posteriori* qui aboutit souvent à un phénomène d'héroïsation des parcours personnels. On peut aussi penser que la référence implicite à la figure du *self made man* n'est pas qu'une simple mise en scène héroïque de soi mais une condition fondamentale de reconnaissance de sa propre légitimité à être un acteur libre et autonome.

Références

- Arocena J., Bernoux P., Minguet G. Paul-Cavallier M. et Richard P., (1983), « La création d'entreprise, un enjeu local », Paris, *La documentation française*, n°4709-4710.
- Amblard H., Bernoux P., Herreros G. et Livian Y.-F. (1996), *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Paris, Le Seuil, coll. « Sociologie ».
- Becker H. S. (1985 [1963]), *Outsiders. Etudes de sociologie de la déviance*, Paris, Métaillé.
- Becker H. S. (2002), *Les ficelles du métier*, Paris, La découverte.
- Becker H. S. (2006 [1960]), « Notes sur le concept d'engagement », *Revue Tracés*, N°11, ENS Lyon, p. 177-192.
- Bertaux D. (1997), *Les récits de vie*, Paris, Nathan.
- Boltanski L. & Chiapello E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- Boudon R. (2003), *Raison. Bonnes raisons*, Paris, PUF.

- Boutillier S. & Uzunidis D. (1999), *La légende de l'entrepreneur: le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Paris, La Découverte.
- Bruyat C. (1993), *Création d'entreprise: contributions épistémologiques et modélisation*, Thèse pour le doctorat en sciences de gestion, Université Grenoble II, octobre.
- Carland J. D., Hoy F. & Carland J. A. C. (1988), « Who is an entrepreneur? Is a question worth asking », *American Journal of Small Business*, spring, p. 33-39.
- Casson M. (1991), *L'entrepreneur*. Paris, Economica.
- Chabaud D. et Messeghem K. (2010), « Le paradigme de l'opportunité. Des fondements à la refondation », *Revue française de gestion*, 2010/7, N°206, p. 93-112.
- Chabaud D. et Ngijol J. (2010), « Quels réseaux sociaux dans la formation de l'opportunité d'affaires », 2010/7, N°206, p. 129-147.
- Dubet F. (1996), *Sociologie de l'expérience*. Paris, Seuil.
- Fayolle A. (2003), *Le métier de créateur d'entreprise*, Paris, Éditions d'Organisation.
- Filieule O. (2001), « Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel », *Revue française de science politique*, 1-2, Vol 51, p. 199-215.
- Filion L.-J. (1997), « Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendance », *Revue Internationale PME*, vol. 10, n°2, p. 129-172
- Filion L. J. (2000), « Typologie d'entrepreneur: est-ce vraiment utile? » in Verstraete T. (coord), *Histoire d'entreprendre. Les réalités de l'entrepreneuriat*, Editions EMS, p. 251-262.
- Gartner W. B. (1998), « Who is an entrepreneur? Is a wrong question? », *American Journal of Small Business*, summer, 1998, p. 11-30.
- Goffman E. (1977 [1911]), *Stigmates. Les usages sociaux des handicaps*, Paris, Editions de Minuit.
- Granovetter M. (2003), « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs », *Terrains et travaux*, N°4, Département de Sciences Sociales, ENS Cachan, p. 167-206.
- Grossetti M. & Barthe J.-F. (2008), « Dynamiques des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue Française de Sociologie*, 49-3, p. 585-612.
- Grossetti M., Bessin M, Bidart C. (2010), *Bifurcations. Les sciences sociales face aux ruptures et à l'événement*, Paris, La Découverte.
- Hernandez E.-M (2006), « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre », *Revue Française de Gestion*, N° 168-169, p. 337-357.
- Hughes E. C. (1996), *Le regard sociologique. Essais choisis*, Paris, EHESS.
- McClelland D. (1961), *The achieving society*, Van Norstand, Princeton.
- McGraw E. & Robichaud Y. (1995), « Le concept de contrôle du destin et son influence sur le comportement entrepreneurial », *Revue Internationale PME*, vol. 8, n°2, p. 79-97.
- Meda D. (1995), *Le travail, une valeur en voie de disparition*, Paris, Edition Alto-Aubier.
- Messeghem K. et Sammut S. (2010), « Processus d'accompagnement et isolement du créateur » in Brasseur M. (Coord), *Entrepreneuriat et insertion*, Bruxelles, Bryulant.
- Mustar P. (1994), « L'entrepreneur Schumpétérien a-t-il jamais existé? », *Annales des Mines*, mars 1994, p. 30-37.
- Pailot P. (2003), « Méthode biographique et entrepreneuriat: application à l'étude de la socialisation entrepreneuriale anticipée », *Revue de l'entrepreneuriat*, Vol. 2, N°1, p. 19-41.
- Pecqueur B. (1989), *Le développement local*, Paris, Syros.
- Peneff J. (1990), *La méthode biographique*, Paris, Armand Colin.

- Pinçon M. & Pinçon-Charlot M. (1999), *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, Paris, Calmann-Lévy.
- Reix F. (2007), « Création d'entreprise et désirs d'autonomie », *Agora – Débats/Jeunesse*, N°45, 3^{ème} trimestre 2007, p. 56-67.
- Reix F. (2008), « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains ». *Géographie Économie Société*, Vol. 10, p. 29-41.
- Rotter J. B. (1990) « Internal versus external control reinforcement », *American Psychologist*, vol. 45, p. 489-493.
- Rose N. (1992), « Governing the enterprising self », in Heelas P. et Morris P. (eds.), *The values of the enterprise culture. The moral debate*. London, Routledge, p. 141-164.
- Schumpeter J. (1935 [1911]), *Théorie de l'évolution économique*, Paris, Dalloz.
- Sen A. (1993), *Éthique et économie, et autres essais*, Paris, PUF.
- Sennett R. (2002). *Le travail sans qualités : les conséquences humaines de la flexibilité*, Paris, Albin Michel.
- Shane S. et Venkataraman S. (2000), « The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research », *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, p. 217-226.
- Shapero A. & Sokol L. (1982), « The social dimensions of entrepreneurship », in Kent C., Sexton D., Vesper K. (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Van De Velde C. (2010), *Problèmes politiques et sociaux*, Paris, La Documentation Française.
- Verstraete T. et Fayolle A. (2005), « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 4, n° 1, p. 33-52.
- Weber M. (2003 [1904-1905]), *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- White H. C. (2011), *Identité et contrôle*, Paris, EHESS.
- Zalio P.-P. (2007), « Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières : de l'étude des mondes patronaux à celle de la grammaire de l'activité entrepreneuriale », *Sociétés contemporaines*, n° 68, p. 23-81.

CRÉATEURS ET CRÉATION D'ENTREPRISE

[Fabien Reix](#)

in Pierre-Marie Chauvin *et al.*, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*

Presses de Sciences Po | « [Références](#) »

2014 | pages 141 à 165

ISBN 9782724616408

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/dictionnaire-sociologique-de-l-entrepreneuriat---page-141.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Presses de Sciences Po.

© Presses de Sciences Po. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

➤ CRÉATEURS ET CRÉATION D'ENTREPRISE

Si les figures et les activités entrepreneuriales sont multiples et ne se limitent pas nécessairement à la sphère économique, le créateur d'entreprise est l'une de leurs incarnations les plus courantes. Malgré l'abondance d'articles universitaires sur le thème de l'entrepreneuriat, les profils de ce type d'entrepreneur et les caractéristiques des entreprises qu'il crée sont peu étudiés. Et lorsqu'elles ne le relèguent pas au second plan, ces études le présentent encore trop souvent sous la seule figure héroïque de l'entrepreneur innovateur schumpétérien (voir *Innovation* ; Mustar, 1994). En France, cette tendance ne résiste pourtant guère aux réalités statistiques sur les créateurs et la création d'entreprise fournies par l'INSEE dans ses enquêtes SINE (« Système d'information sur les nouvelles entreprises »). Les données

montrent ainsi que la plupart des entrepreneurs ont des moyens et des ambitions très modestes et développent des activités peu innovantes qui dépassent rarement le cadre de la très petite entreprise (TPE). En se focalisant trop souvent sur les grands entrepreneurs, sur les entreprises innovantes et, plus généralement, sur les *success stories*, on en oublierait que la création d'entreprise est avant tout une histoire de *petites* entreprises et de *petits* entrepreneurs sans pour autant que ces qualificatifs soient péjoratifs⁴⁷.

La présentation des principaux résultats d'une analyse secondaire originale de la base de données des enquêtes SINE de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise de 2006, mise en perspective avec quelques données de cadrage issues de publications de l'INSEE plus récentes, permet de rendre compte des profils de ces entrepreneurs et des caractéristiques de leurs entreprises, et ainsi de rompre avec un certain nombre de stéréotypes attachés à une population qui se distingue avant tout par son hétérogénéité. Bien qu'ils soient comptabilisés ensemble dans les chiffres concernant les « entreprises nouvelles » au sens de l'INSEE, il paraît nécessaire de distinguer *créateurs* et *repreneurs* d'entreprise⁴⁸. La base de données ainsi filtrée permet de ne retenir que les créations d'entreprise à proprement parler selon la nouvelle nomenclature définie par l'INSEE depuis le 1^{er} janvier 2007⁴⁹. Pour des raisons similaires, le choix a été fait d'exclure des créations d'entreprise étudiées celles qui

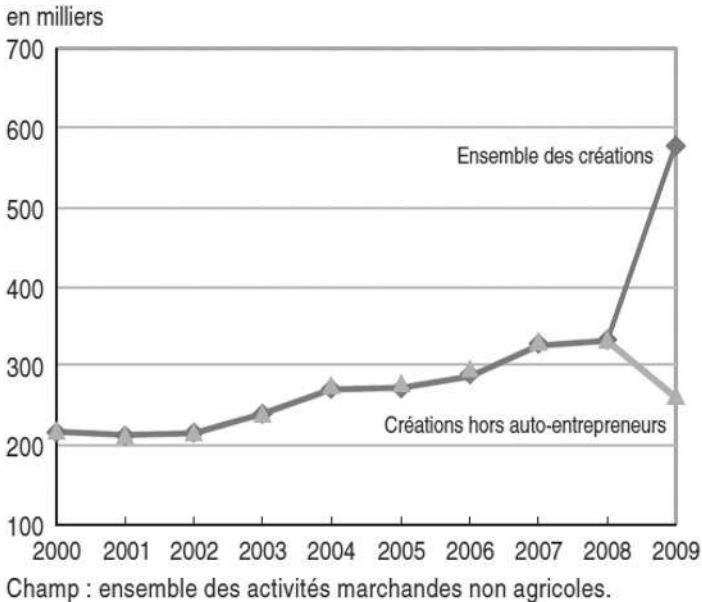
47. *Le développement du régime de l'auto-entrepreneur, qui s'appuie sur celui de la micro-entreprise, en offre une bonne illustration (voir Auto-entrepreneurs).*

48. *Pour des informations plus détaillées sur les caractéristiques des reprises d'entreprise et de ceux qui en sont à l'origine, voir Counot et Mullic (2004).*

49. *Nous avons pour cela utilisé la variable de filtrage « origine de la création » prévue à cet effet dans la base de données de 2006.*

correspondaient à la création de filiales d'organisation déjà existante⁵⁰. L'échantillon retenu représente 104 984 des nouvelles entreprises créées en 2006, soit 83 % de l'ensemble du panel sur la France entière⁵¹.

Graphique 1 – Des chiffres de la création d'entreprise dopés par l'instauration du statut d'auto-entrepreneur en 2009



Source : INSEE, Répertoire des entreprises et des établissements (Sirene), Filatriau et Batto (2013).

50. À titre informatif, les reprises d'entreprise et les filiales représentent respectivement 9 % et 2 % des entreprises nouvelles en France, en 2006.

51. À l'exception de l'Île-de-France qui bénéficie d'un traitement à part dans les enquêtes de l'INSEE.

Après avoir connu une légère diminution entre 1994 et 1998, le nombre annuel de créations d'entreprise s'est maintenu autour de 210 000 par an jusqu'en 2002, puis connaît une forte progression jusqu'en 2008 pour atteindre près de 350 000 créations par an. Mais c'est surtout en 2009 qu'il atteint le niveau record de 580 000, soit une progression de 75 % par rapport à l'année précédente. L'instauration du régime de l'auto-entrepreneur explique en grande partie cette augmentation sans précédent, observée dans presque tous les secteurs d'activité et toutes les régions : en 2009, plus de la moitié des créateurs d'entreprise sont des auto-entrepreneurs (Hagège et Masson, 2010). L'essor général de la création d'entreprise en France s'explique en partie par les simplifications des démarches administratives et les mesures incitatives introduites successivement par la loi pour l'initiative économique de 2003⁵² puis la loi de modernisation de l'économie de 2008 qui instaure notamment le régime de l'auto-entrepreneur au 1^{er} janvier 2009⁵³. Les chiffres de 2010 montrent que le nombre de créations continuent d'augmenter, allant au-delà du simple effet d'aubaine lié à l'instauration du régime de l'auto-entrepreneur : 622 000 entreprises créées dont 360 000 sous l'appellation auto-entrepreneur, soit tout de même 58 % de l'ensemble des créations (Hagège et Masson, 2011). On observe en revanche un premier ralentissement à partir de 2011 avec la diminution du nombre de créations d'entreprises individuelles, le régime de l'auto-entrepreneur semblant moins attrayant pour les porteurs de projet (Hagège et Masson, 2012).

52. *Loi n° 2003-721 du 1^{er} août 2003 pour l'initiative économique. Version consolidée au 24 février 2005.*

53. *Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie. Version consolidée au 30 décembre 2011.*

L'HÉTÉROGÉNÉITÉ DES PROFILS DES CRÉATEURS D'ENTREPRISE

La sous-représentation des femmes

Alors que les femmes constituent 47 % de la population active⁵⁴, elles ne représentent que 29 % des créateurs d'entreprise en 2006⁵⁵. Cette sous-représentation parmi les entrepreneurs n'évolue guère d'année en année malgré la volonté des pouvoirs publics et de nombreuses associations de développer l'entrepreneuriat féminin (voir *Femmes entrepreneures*)⁵⁶. Les femmes entreprennent cependant plus que les hommes dans le secteur tertiaire et en particulier dans le commerce, les services aux particuliers et le domaine de l'éducation, de la santé et de l'action sociale. En revanche, elles créent très peu dans le secteur de la construction. On retrouve ici un schéma classique de différenciation sexuée en matière d'occupation professionnelle par secteurs d'activité. En outre, à l'image de leur répartition sur le marché du travail, elles étaient également plus nombreuses à appartenir à la catégorie socioprofessionnelle des employés et à être inactives avant de créer leur entreprise. Enfin, elles sont plus diplômées que leurs homologues masculins avec 43 % de diplômées du supérieur contre 31 % pour les hommes.

54. Selon l'enquête *Emploi de l'INSEE au 4^e trimestre 2006*.

55. Tous les tris à plats sont regroupés dans une annexe disponible sur la page consacrée au dictionnaire sur le site des Presses de Sciences Po (www.pressdesciencespo.fr/).

56. C'était notamment le sens de l'intervention d'Hervé Novelli (ancien secrétaire d'État chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme et des Services) lorsqu'il a présenté les actions à venir du gouvernement pour favoriser l'accès des femmes à la création d'entreprise à l'issue d'un colloque sur l'entrepreneuriat féminin organisée par l'association Paris Pionnières, le 11 mars 2008. On peut aussi citer les actions mises en place par le réseau national du Centre d'information sur les droits des femmes et des familles (CIDFF).

Des créateurs d'entreprise de tous âges

Les créateurs d'entreprise sont assez équitablement repartis entre les tranches d'âge de 25 à 50 ans. Seule la tranche des moins de 25 ans apparaît peu représentée parmi l'ensemble des créateurs d'entreprise (seulement 7 % des créateurs de 2006), ce qui correspond cependant à la part des 15-24 ans dans la population active à cette date⁵⁷. Outre le fait qu'un certain nombre d'entre eux ne sont pas encore sortis du système scolaire, les créations d'entreprise dès la sortie des études sont rares (2 %). De fait, un nombre conséquent d'entrepreneurs ont déjà une expérience assez longue du secteur d'activité dans lequel ils créent leur entreprise (voir *infra*). En revanche, la part des personnes âgées de 50 ans ou plus apparaît relativement faible (15 %) au regard de leur proportion dans la population active (24 %). On crée son entreprise à un âge plutôt avancé de la vie active puisque la moyenne d'âge des créateurs d'entreprise se situe autour de 38 ans et demi.

Des créateurs d'entreprise peu diplômés

Avec 14 % n'ayant aucun diplôme et 33 % ayant un niveau inférieur au bac, c'est près de la moitié des créateurs d'entreprise qui n'ont pas ou peu de diplômes. Les titulaires d'un CAP ou d'un BEP constituent par ailleurs le groupe le plus important parmi les créateurs d'entreprise (26 %) et sont sans surprise surreprésentés dans les secteurs de la construction et du commerce, où les compétences techniques priment. Si l'on ajoute les titulaires d'un « bac pro », les diplômés de l'enseignement technique sont très largement représentés parmi les créateurs d'entreprise (36 %). Les diplômés du supérieur long, dont la part est non négligeable (21 % des

57. Selon l'enquête *Emploi de l'INSEE au 4^e trimestre 2006*.

créateurs), s'orientent quant à eux plutôt vers la finance, l'immobilier et les services aux entreprises. Même s'ils restent globalement peu diplômés, on observe tout de même une augmentation générale du niveau de diplôme des créateurs d'entreprise puisque quatre sur dix ont un diplôme égal ou supérieur au baccalauréat en 2006 contre trois sur dix en 1994.

La surreprésentation des entrepreneurs étrangers

La part de créateurs d'entreprise d'origine étrangère est relativement importante avec 13 %, dont 5 % de ressortissants de l'Union européenne (UE) et 8 % de pays hors UE. Ces chiffres semblent confirmer l'hypothèse communément admise selon laquelle les étrangers ont une plus grande propension à entreprendre que les nationaux puisqu'ils ne représentent, selon le recensement de 1999, que 3,7 % de la population régionale (voir *Entrepreneuriat et migration*). Par ailleurs, près de quatre sur dix créent leur entreprise dans le secteur de la construction.

La situation familiale et l'entourage entrepreneurial

Parmi l'ensemble des créateurs de 2006, 72 % vivent en couple et plus de la moitié ont des enfants vivant au domicile. Le fait d'avoir des obligations familiales n'entrave donc pas nécessairement la décision de s'engager dans une carrière d'entrepreneur⁵⁸. À noter également que 69 % déclarent qu'il existe des entrepreneurs dans leur entourage, mais les données ne permettent pas de savoir quelle est la nature de ces relations sociales (familiales, amicales, professionnelles), ni l'origine sociale de ces entrepreneurs. Si les

58. Au contraire, une enquête qualitative effectuée auprès de créateurs d'entreprise aquitains montre que le rôle du conjoint est déterminant dans la décision de se mettre à son compte (Reix, 2007).

sociologues se sont souvent attachés à mettre en évidence le rôle des réseaux de relations dans les créations entrepreneuriales (voir Réseaux sociaux), nous verrons que l'exemple de l'entourage n'est pas présenté comme une source particulière de motivation pour les entrepreneurs.

L'indépendance comme principale source de motivation

L'indépendance est, de loin, la principale motivation des créateurs d'entreprise en 2006 (voir **Travailleurs indépendants**). Elle est citée par plus de six entrepreneurs sur dix. Ce motif est plus fréquemment évoqué par les anciens ouvriers que par les anciens cadres, ces derniers bénéficiant généralement d'une certaine autonomie dans leur travail. Les anciens indépendants et chefs d'entreprise sont également moins nombreux à le mentionner puisqu'ils étaient le plus souvent déjà leur propre patron avant de créer une entreprise en 2006. On observe par ailleurs que la fréquence de citation de cette motivation est fonction inverse de l'âge : plus on est jeune et plus on aspire à l'indépendance en créant sa propre entreprise (82 % des moins de 25 ans contre 47 % des 50 ans ou plus).

Le fait d'être « sans emploi » incite aussi à devenir entrepreneur. Près de trois créateurs sur dix déclarent s'être lancés pour cette raison, que ce soit par choix ou par contrainte. Cette motivation est, sans surprise, plus fréquemment avancée dans les catégories où l'on retrouve les plus fortes proportions de chômeurs en termes de secteur d'activité (commerce, transport, industrie et services) ou de profils (employés, 45 ans ou plus). Cette décision apparaît plus comme une contrainte que comme un choix chez les 50 ans ou plus (16 % contre 5 % pour l'ensemble). De même, ceux qui déclarent que la création d'entreprise était la seule possibilité d'exercer leur métier (9 % de l'ensemble) sont plus souvent des inactifs (27 %), des femmes (16 %) et des diplômés du supérieur long (15 %). Si l'on associe ces trois

motivations qui ramènent toutes la décision de créer une entreprise à une manière de créer son propre emploi, on observe qu'elles concernent tout de même quatre créateurs sur dix. La question de l'emploi apparaît par ailleurs centrale puisque la volonté d'assurer son propre emploi est l'objectif principal du créateur dans six cas sur dix.

Le « goût d'entreprendre » est également mentionné quatre fois sur dix sans pour autant savoir ce que ce critère désigne en réalité. Il est plus souvent cité par les jeunes que par les anciens (44 % des moins de 25 ans contre 26 % des 50 ans et plus). Là encore, l'enquête ne dit rien de l'origine sociale du créateur, ce qui aurait permis de voir quel rôle joue la famille dans la transmission de ce goût d'entreprendre. Le fait de vouloir augmenter ses revenus reste une motivation relativement secondaire, citée par deux créateurs sur dix seulement. Le fait de saisir une opportunité ou de chercher à exploiter une idée nouvelle sont des motifs encore moins évoqués, qui ne concernent guère plus d'un entrepreneur sur dix dans les deux cas. Enfin, seuls 7 % des créateurs mentionnent l'exemple de l'entourage comme source de motivation. Notons, pour finir, que, quelle que soit la motivation invoquée, l'engagement dans la création d'entreprise apparaît comme un choix à long terme puisque neuf entrepreneurs sur dix déclarent envisager d'être à leur compte de façon durable (voir *Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales*).

LA DIVERSITÉ DES TRAJECTOIRES PROFESSIONNELLES DES ENTREPRENEURS

Une forte proportion d'anciens chômeurs

Avant d'entreprendre, 41 % des créateurs d'entreprise étaient au chômage, dont 20 % depuis plus d'un an (*Chômeurs créateurs*). On comprend mieux pourquoi ils sont aussi nombreux à déclarer que

l'objectif principal de la création était d'abord d'assurer leur propre emploi. Viennent ensuite les salariés (33 %), puis les indépendants ou chefs d'entreprise salariés (14 %) et enfin les inactifs composés des « sans profession » et des étudiants (10 %). Au regard du taux de chômage moyen sur l'année 2006 (autour de 9 %), la catégorie des chômeurs apparaît donc très largement surreprésentée parmi les créateurs.

Parmi les chômeurs créateurs, la tranche d'âge des 45-49 ans apparaît la plus représentée. On peut l'expliquer par le fait qu'ils sont assez âgés pour avoir du mal à retrouver du travail, mais pas assez pour envisager une retraite anticipée. La création d'entreprise peut dès lors apparaître comme un moyen de se soustraire à la discrimination dont sont victimes les seniors sur le marché du travail.

La variété des catégories socioprofessionnelles représentées

La répartition des créateurs d'entreprise en fonction de leur qualification professionnelle montre une forte hétérogénéité sociale des profils. Si près d'un tiers des créateurs de 2006 étaient des employés avant de devenir entrepreneurs, un quart appartenait à la catégorie des cadres. Viennent ensuite les ouvriers et les professions intermédiaires (17 % pour chaque catégorie) puis, dans une proportion moindre, les inactifs (5 %) et les indépendants ou chefs d'entreprise (3 %). Les ouvriers s'orientent en grande majorité vers la construction, tandis que les cadres ont plutôt tendance à créer dans le secteur des services aux entreprises.

En comparaison de la répartition de la population active occupée en 2006, la catégorie des cadres apparaît surreprésentée parmi les créateurs d'entreprise (25 % des créateurs contre 15 % des actifs occupés), tandis que celles des ouvriers et des professions intermédiaires sont sous-représentées. Cette proportion élevée de

cadres peut s'expliquer par un effet « plafond de verre » de la promotion professionnelle : arrivé à un certain niveau de responsabilité, seul le fait de se mettre à son compte peut permettre d'évoluer professionnellement. S'agissant de la faible proportion de professions intermédiaires, leur position dans la hiérarchie des qualifications professionnelles laisse encore envisager des formes de promotion professionnelle avant de tenter l'aventure entrepreneuriale. L'engagement des ouvriers et des employés dans la création d'entreprise peut quant à lui être tout simplement perçu comme une volonté de s'affranchir du statut de subordonné en devenant leur propre patron.

Un projet entrepreneurial entre continuité et reconversion

54 % des entrepreneurs déclarent que l'activité de leur entreprise est identique au principal métier qu'ils ont exercé dans le passé contre 43 % qui la considèrent différente⁵⁹. Cette proportion apparaît plus élevée dans le secteur de la construction et dans celui de l'éducation, de la santé et de l'action sociale, avec plus de deux tiers des cas où l'installation à son compte peut être considérée comme une forme de continuité professionnelle. En revanche, les secteurs du commerce et du transport apparaissent davantage comme des filières propices aux reconversions professionnelles, puisque sept créateurs sur dix concèdent ne pas avoir d'expérience dans le métier. Cependant, les données de l'INSEE ne permettent pas de savoir à quel point leur précédente expérience professionnelle diffère de la nouvelle.

59. Les 3 % manquants sont représentés par ceux qui, n'ayant pas eu d'expérience professionnelle précédente, ne sont pas concernés par la question.

Lorsque l'expérience professionnelle est identique à celle du secteur d'activité dans lequel ils ont créé leur entreprise, celle-ci est plutôt longue. En effet, 87 % d'entre eux ont plus de trois ans d'expérience dans le métier concerné, et même plus de dix ans dans un cas sur deux. Notons également que 14 % des entrepreneurs continuent d'exercer une activité salariée (le plus souvent à temps partiel) parallèlement à la création de leur entreprise, notamment dans les secteurs de l'immobilier et de la finance.

Les entrepreneurs n'en sont d'ailleurs pas nécessairement à leur coup d'essai puisqu'un quart d'entre eux avait déjà créé au moins une entreprise auparavant, même si l'entreprise n'était encore active que dans 9 % des cas au moment de l'enquête. Les quinquagénaires (un sur deux) et, sans surprise, les trois quarts de ceux qui avaient précédemment le statut d'indépendant ou de chef d'entreprise ont ce profil de « *serial entrepreneurs* », que l'on retrouve aussi beaucoup dans le secteur de l'immobilier.

LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES CRÉATIONS D'ENTREPRISE

Des entreprises individuelles plus que des sociétés

En France, en 2006, les entreprises créées sous forme de « personne physique » (statut d'entrepreneur individuel) sont un peu plus nombreuses (54 %) que celles qui sont créées sous forme de « personne morale » (statut de société). Dans le premier cas, l'entrepreneur et l'entreprise ne font qu'un sur le plan juridique, ce qui implique que patrimoines personnel et professionnel sont confondus. Certes, la constitution et le fonctionnement de l'entreprise s'en trouvent simplifiés, mais cela fragilise aussi la situation de l'entrepreneur en cas de faillite. Il peut en effet être saisi sur ses biens personnels même

s'il garde la possibilité de protéger sa résidence principale. La constitution de l'entreprise sous forme de société permet, en contrepartie de démarches un peu plus complexes, de se prémunir de ce genre de risque en distinguant clairement la responsabilité de l'entreprise de celle du ou des fondateurs et donc de séparer les patrimoines. La société à responsabilité limitée (SARL) et l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL) sont les formes les plus fréquemment choisies lorsque l'on crée une société (respectivement 80 % et 11 % des entreprises créées sous forme de société en France en 2006)⁶⁰. Jusqu'à l'introduction le 1^{er} janvier 2009 du régime de l'auto-entrepreneur, la part des entreprises immatriculées sous forme de société n'avait cessé de s'accroître passant de 40 % en 1998 à 50 % en 2007 (Tellier, 2009). La tendance s'est aujourd'hui largement inversée.

Les services, la construction et le commerce : des secteurs privilégiés

En France, les secteurs de la construction et du commerce concentrent près de la moitié des entreprises créées en 2006. Celui des services représente à lui seul un tiers des créations, les services aux entreprises (21 %) devançant ceux qui sont destinés aux particuliers (12 %). Viennent ensuite les secteurs de l'éducation, de la santé et de l'action sociale (7 %) puis de l'industrie (6 %). Enfin, l'immobilier (4 %), le transport (2 %) et plus encore la finance (1 %) apparaissent comme des activités plus marginales.

60. Ces deux formes sont privilégiées lorsqu'il s'agit de projets relativement modestes puisqu'elles ne nécessitent plus forcément d'apporter un capital minimum de départ. La loi pour l'initiative économique de 2003 a supprimé l'exigence d'un capital minimum de départ pour constituer une SARL ou une EURL. Dans le cas où le capital de départ est plus élevé et se partage entre plusieurs associés, c'est la forme de société anonyme (SA), voire de société par actions simplifiée (SAS), qui sera le plus souvent adoptée.

La forte proportion d'entreprises créées dans la construction et les services s'explique par le fait qu'il s'agit des secteurs les plus florissants de l'économie française ces dernières années. Le commerce reste quant à lui un secteur d'activité qui a toujours été privilégié par les créateurs d'entreprise peut-être parce qu'il apparaît, sûrement à tort (c'est le secteur où les taux de survie sont les plus faibles), comme relativement facile d'accès (voir **Commerce et distribution**). Sur les cinq dernières années, les secteurs qui connaissent les plus fortes progressions de créations d'entreprise sont l'immobilier, les services aux entreprises (en particulier, les activités informatiques et de télécommunication), la construction et l'éducation, la santé et l'action sociale.

Des entreprises qui restent fragiles

Un tiers des entreprises ont disparu trois ans après leur création et seules la moitié d'entre elles demeurent après cinq ans. Le secteur d'activité, le montant des moyens utilisés au démarrage, l'expérience professionnelle du chef d'entreprise sont les principaux facteurs de survie de l'entreprise. Ainsi, *toutes choses égales par ailleurs*, les entreprises créées dans la construction ont deux fois plus de chances d'être encore actives au bout de trois ans que celles créées dans le commerce. Les entreprises créées sous forme de sociétés, celles qui ont un capital de départ de plus de 8 000 euros et celles qui emploient des salariés, résistent mieux que les autres. Le fait d'avoir entre 30 et 39 ans, d'être détenteur d'un CAP, d'être actif avant la création et d'avoir déjà une expérience du secteur d'activité choisi, sont des facteurs favorables à la pérennité de l'entreprise.

Tableau 1 – Taux de survie à 3 ans des créations pures de 2002 selon les caractéristiques du projet (en %)

	Taux de survie à 3 ans (%)	Chances de survie	Part dans les créations (%)
Ensemble	65	//	100
Secteurs d'activité			
Industrie	68	1,4*	7,8
Construction	76	2,0*	20,7
Commerce	56	REF	26,3
Transports	71	1,7**	2,3
Services aux entreprises	65	1,2**	18,3
Services aux particuliers	62	1,4*	24,6
Catégorie juridique			
Personne physique	60	REF	69,2
Personne morale	77	2,0*	30,8
Capital de départ			
– de 8 000 euros	65	REF	69,2
8 000 euros et +	74	1,3*	38,4
Prise de conseils			
Oui	70	REF	71,8
Non	64	0,8*	28,2
Emploi de salariés			
Oui	74	0,7*	16,9
Non	63	REF	83,1
Sexe			
Homme	69	REF	70,9
Femme	65	NS	29,1

Âge			
- de 30 ans	70	0,8*	19,6
30-39 ans	75	REF	36,1
40-49 ans	70	NS	29,2
50 ans et +	64	0,7*	15,1
Niveau de diplôme			
Inférieur au BEPC	62	REF	23,3
CAP-BEP	73	1,4*	26,6
Supérieur au BAC	66	NS	19,5
Statut antérieur			
Actif	73	REF	44,2
Chômeur (- d'un an)	68	0,8*	20,7
Chômeur (+ d'un an)	64	0,8**	17,9
Inactif	60	0,8*	17,2
Expérience pro antérieure			
Identique ou voisine	73	REF	51,6
Différente	64	0,7*	33,1
Aucune expérience	61	NS	15,3
Nombre de créations préalables			
Aucune	69	REF	69,9
Au moins une	66	0,8*	30,1

Source : INSE, Enquête SINE.

* Significatif à 5 % ; ** Significatif à 10 % ; NS : non significatif ; REF : individu de référence

Lecture : les créateurs du secteur de la construction réussissent mieux : toutes choses égales par ailleurs, la probabilité qu'une entreprise de ce secteur soit encore active trois ans plus tard, est deux fois celle d'un créateur du commerce pris comme référence (REF).

Note : pour mesurer l'impact de chaque facteur sur la survie à trois ans des entreprises, une approche permettant de raisonner « toutes choses égales par ailleurs » a été mise en œuvre à l'aide d'un modèle de régression (LOGIT).

DE NOUVELLES ENTREPRISES AUX AMBITIONS MODESTES

Des entreprises sans salariés avec l'entrepreneur comme seul maître à bord

88 % des entreprises démarrent sans aucun salarié. Ce taux reste sensiblement le même un an après, à hauteur de 84 %. C'est d'ailleurs une tendance lourde puisque la part des entreprises employant au moins un salarié dès le démarrage n'a cessé de diminuer au fil des années (25 % en 1994 contre 12 % en 2006) (Kerjosse, 2007). On observe cependant que plus le capital de départ de l'entreprise est élevé plus il y aura de chances qu'il y ait des emplois salariés dès le démarrage. Les entreprises créées avec le plus de salariés au départ se situent dans le secteur de l'industrie. Les trois quarts des créateurs dirigent seuls leur entreprise. Le quart restant exerce soit en codirection avec un membre de la famille (15 % dont 10 % avec le conjoint) soit avec un ou plusieurs autres associés (11 %).

Des entreprises avec de faibles moyens et des perspectives de développement restreintes

La majorité des créateurs (57 %) ont investi moins de 8 000 euros pour démarrer leur activité et, dans les trois quarts des cas, ce montant ne dépasse pas les 16 000 euros. 46 % ont par ailleurs obtenu une aide, principalement l'aide aux chômeurs créateurs ou repreneurs d'entreprise (ACCRE)⁶¹ ; 12 % d'entre eux étaient allocataires de minima sociaux au moment de créer leur entreprise. Ce

61. Cette aide consiste principalement en une exonération de charges sociales pendant un an. Depuis le 1^{er} janvier 2009, en remplacement des chèque-conseil et du dispositif EDEN, le parcours NACRE (nouvelle accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise) se positionne en complément de l'ACCRE.

constat est à mettre en parallèle avec les principaux objectifs de ceux qui s'engagent dans la création de leur propre entreprise, sachant que près des deux tiers des entrepreneurs déclarent s'être installés à leur compte avant tout pour « assurer leur propre emploi ». Très peu évoquent le fait de développer leur entreprise, que ce soit en termes d'emploi (19 %) ou en termes d'investissements (12 %), comme l'un de leurs objectifs. De fait, les créateurs de 2006 ne sont que 23 % à déclarer vouloir embaucher dans les douze mois à venir.

Des entreprises qui créent peu d'emplois

Parmi les entreprises créées en 2002 qui existent encore en 2005, le bilan de l'activité s'avère mitigé puisque la moitié d'entre elles n'a pu faire mieux que maintenir son niveau d'activité. Six créateurs sur dix déclarent avoir rencontré des difficultés pendant les trois premières années, la principale étant la gestion administrative de l'entreprise. Là encore, les entreprises des secteurs de la construction et des services aux particuliers apparaissent comme les plus prospères, et celles du commerce connaissent plus de difficultés.

Enfin, le nombre d'emplois créés dans ces nouvelles entreprises reste en moyenne relativement faible (voir *Entrepreneuriat, recrutement et emploi*). Les chiffres de la cohorte de 2002 montrent qu'au-delà de la création du propre emploi de l'entrepreneur, les entreprises créées engendrent, à terme, peu d'emplois salariés. Au bout de trois ans d'existence, le nombre moyen de salariés passe de 0,8 au démarrage à 1,7. Globalement, seulement un quart des entreprises toujours en activité en 2005 ont créé des emplois (Kerjosse, 2007).

Des entreprises peu innovantes

Si elles focalisent souvent l'attention médiatique, les entreprises créées dans les secteurs dits innovants (selon la définition retenue par l'INSEE) ne représentent que 5 % de l'ensemble des créations en France en 2006. Cette part infime conduit en partie à remettre en cause la vision schumpétérienne de l'entrepreneur innovateur même si le fait de cantonner l'innovation à quelques sous-secteurs d'activité peut paraître discutable. D'autres données permettent de nuancer ce premier résultat. Trois créateurs sur dix considèrent que la technologie est un support important ou à la base de leur activité. Ils sont plus de la moitié à le penser dans le secteur des services aux entreprises. Par ailleurs, près d'un tiers des créateurs estiment avoir introduit des produits ou des services nouveaux sur le marché, 14 % avoir développé des concepts novateurs de vente et 9 % avoir introduit des méthodes ou des procédés nouveaux de production. Cependant, même quand on s'appuie sur une définition plus large de l'innovation sans se limiter au seul aspect technologique de l'activité, les *entrepreneurs innovateurs* restent nettement minoritaires. Ces données sont à mettre en relation avec le fait que seuls 14 % des entrepreneurs interrogés considèrent que la volonté d'exploiter une idée nouvelle est à l'origine de la création de leur entreprise (voir *supra*).

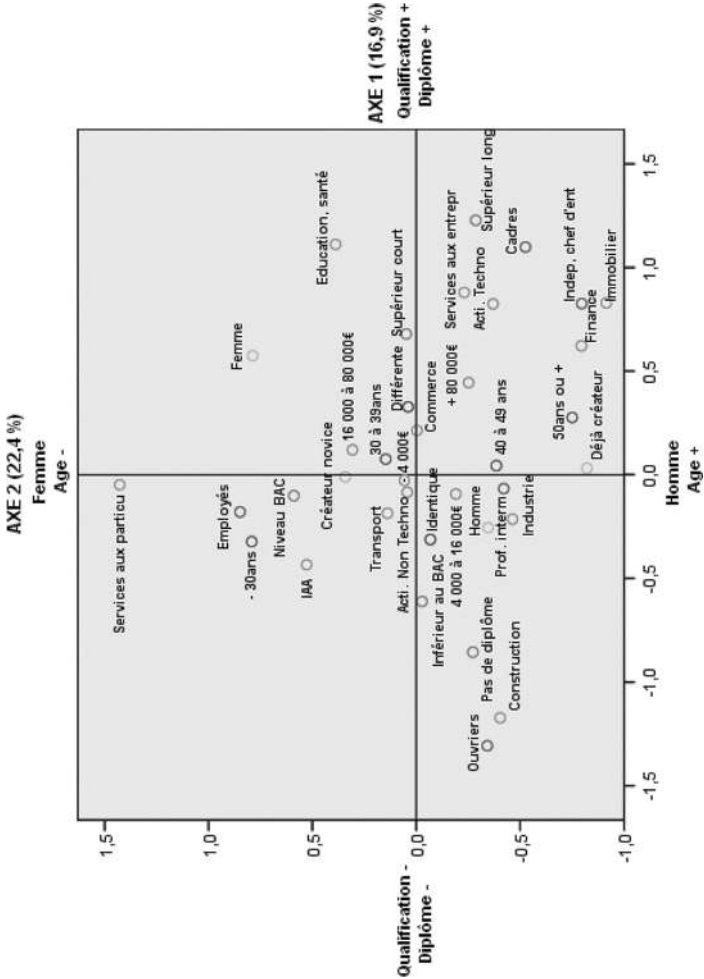
CONCLUSION

Les données statistiques présentées ici permettent en partie de rompre avec une vision stéréotypée, voire fantasmée, de l'entrepreneur. L'association entre entrepreneur et innovation est loin d'être évidente. Les nouvelles entreprises se créent très rarement

dans les secteurs dits innovants même si la technologie reste un support important de l'activité pour un tiers d'entre eux. La notion de risque associée à l'acte d'entreprendre doit aussi être relativisée, la plupart des projets se révélant modestes tant sur les montants financiers engagés que sur les objectifs affichés par les entrepreneurs, qui n'ont souvent pas d'autre ambition que d'assurer leur propre emploi. La volonté d'être indépendant apparaît comme la principale motivation des créateurs d'entreprise, qui, de fait, dirigent seuls leur entreprise et n'ont dans la plupart des cas aucun salarié. Pour autant, la création d'entreprise n'est pas une aventure solitaire. Les entrepreneurs ne se privent pas de mobiliser leurs ressources relationnelles, et en particulier familiales, lorsqu'il s'agit de mettre en place leur projet. Si la présentation des principales caractéristiques des créateurs d'entreprise permet de remettre en cause un certain nombre de clichés sur les entrepreneurs, cette population n'en reste pas moins difficile à appréhender dans son ensemble tant elle est hétérogène. L'analyse des correspondances multiples (ACM) permet de restituer graphiquement l'essentiel des informations présentées précédemment.

L'axe 1 oppose nettement les plus qualifiés (cadres, indépendants et chefs d'entreprise) aux moins qualifiés (ouvriers), les moins diplômés (pas de diplôme et inférieur au bac) aux plus diplômés (supérieur court et supérieur long) et le secteur de la construction à la plupart des autres secteurs (éducation, santé et action sociale, services aux entreprises, finance et immobilier). L'axe 2 sépare quant à lui les femmes des hommes, les plus jeunes (moins de 30 ans) des plus anciens (plus de 40 ans), les « primo-créateurs » de ceux qui ont déjà créé une entreprise par le passé. Quatre groupes de créateurs d'entreprise se distinguent principalement selon leurs niveaux de qualification et de diplôme, le secteur d'activité dans lequel ils ont créé, leur sexe et leur âge.

Graphique 2 – Représentation factorielle des profils des créateurs d'entreprise en France en 2006



Le premier groupe est composé d'hommes, pas ou peu diplômés. Ce sont d'anciens ouvriers ou professions intermédiaires. Les ouvriers créent en priorité dans la construction, tandis que les professions intermédiaires créent plutôt dans l'industrie, privilégiant dans les deux cas des secteurs d'activité proches de leur expérience professionnelle passée. Leurs projets se montent avec des budgets relativement modestes (4 000 à 16 000 euros).

Le deuxième groupe est composé d'individus âgés de plus de 40 ans, diplômés du supérieur long. Ce sont d'anciens cadres, des indépendants et des chefs d'entreprise. Les cadres privilégient le secteur des services aux entreprises et les activités où la technologie occupe une place importante. Les indépendants et les chefs d'entreprise, parmi les plus âgés (50 ans et plus), s'orientent plutôt vers la finance et l'immobilier et ont déjà une expérience de la création d'entreprise. Plus généralement, ce groupe réunit les projets aux budgets les plus conséquents (plus de 80 000 euros), ce qui explique qu'il soit également associé au secteur du commerce où il est nécessaire d'avoir un capital de départ important.

Le troisième groupe est composé de femmes, âgées de 30 à 40 ans, diplômées du supérieur court. Elles créent principalement dans le secteur de l'éducation, de la santé et de l'action sociale et, dans une moindre mesure, dans le commerce. Elles n'ont pas nécessairement une expérience professionnelle du secteur d'activité dans lequel elles s'engagent. Les sommes investies pour démarrer l'activité sont à un niveau intermédiaire (16 000 à 80 000 euros).

Le quatrième groupe est composé de jeunes de moins de 30 ans, ayant un niveau d'étude équivalent au baccalauréat. Ils créent plutôt dans les secteurs des services aux particuliers, de l'industrie agro-alimentaire et du transport et, plus généralement, dans des activités où la technologie intervient peu. Les moyens nécessaires

au démarrage semblent par ailleurs beaucoup plus modestes que dans les autres groupes (moins de 4 000 euros)⁶². Enfin, ils sont plutôt novices en matière de création d'entreprise.

Finalement, c'est principalement le secteur d'activité qui conditionne le profil des créateurs d'entreprise. Les secteurs des services aux entreprises, de la finance et de l'immobilier sont ceux qui regroupent les créateurs les plus qualifiés, les plus diplômés et les activités les plus innovantes sur le plan technologique. Par ailleurs, créer son entreprise dans de tels secteurs nécessite souvent d'avoir un capital financier conséquent mais aussi de la « bouteille » puisqu'on y retrouve les créateurs les plus âgés et ceux qui ont déjà créé une entreprise par le passé, l'un allant sûrement avec l'autre. À l'inverse, certains secteurs comme la construction et l'industrie semblent moins conditionnés par la possession d'un niveau élevé de qualification, de diplôme ou de capital financier. C'est surtout l'expérience du métier qui paraît alors primordiale. Cette familiarité avec le secteur d'activité permet de rentabiliser les relations professionnelles tissées précédemment et, partant, de faciliter son installation en s'assurant quelques contrats pour démarrer sereinement son activité. Le secteur de l'éducation, de la santé et de l'action sociale semble quant à lui être un cas particulier puisque, au-delà du fait qu'il est associé à un certain niveau de diplôme (supérieur court type BTS, DEUST, etc.), il peut illustrer une forme de division sexuée des occupations professionnelles. Les femmes sont en effet traditionnellement surreprésentées dans les activités de ce secteur, qu'elles soient liées à la création d'entreprise ou non. Enfin, les autres secteurs (services aux particuliers, industrie agro-alimentaire, transport)

62. La présence des items « activité non technologique » et « - de 4 000 euros » près du centre des axes montre qu'il s'agit par ailleurs de modalités peu discriminantes car elles concernent une proportion importante de l'ensemble des créateurs.

apparaissent globalement plus ouverts puisqu'on y retrouve des créateurs plutôt jeunes qui n'ont pas d'expérience de la création et qui ont un niveau moyen de qualification et de diplôme.

Cette hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise révèle l'impossibilité d'appréhender ce groupe comme une classe sociale homogène définie par « l'association du semblable au semblable », pour reprendre les termes de Boltanski dans son étude sociologique d'un groupe social tout aussi hétérogène, celui des cadres (1982). Ce qu'ils ont de commun n'est pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils donnent à l'acte d'entreprendre (Reix, 2012).

Fabien REIX

Renvois :

Chômeurs créateurs, Commerce et distribution, Entrepreneuriat et migration, Entrepreneuriat, recrutement et emploi, Femmes entrepreneures, Innovation, Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales, Réseaux sociaux, Travailleurs indépendants.

Bibliographie :

COUNOT (S.) et MULLIC (S.), « Le rôle des repreneurs d'entreprises », *Insee Première*, 975, juillet 2004.

FILATRIAU (O.) et BATTO (V.), « En 2012, plus d'immatriculations d'auto-entreprises, moins de créations de sociétés », *Insee Première*, 1433, janvier 2013.

HAGÈGE (C.) et MASSON (C.), « Moins de créations d'entreprises individuelles en 2011 », *Insee Première*, 1387, janvier 2012.

HAGÈGE (C.) et MASSON (C.), « En 2010, hausse des créations d'auto-entreprises mais aussi de sociétés », *Insee Première*, 1334, janvier 2011.

HAGÈGE (C.) et MASSON (C.), « La création d'entreprise en 2009 dopée par les auto-entrepreneurs », *Insee Première*, 1277, janvier 2010.

KERJOSSE (R.), « Créer son entreprise : assurer d'abord son propre emploi », *Insee Première*, 1167, décembre 2007.

MUSTAR (P.), « L'entrepreneur schumpétérien a-t-il jamais existé ? », *Annales des Mines. Gérer et comprendre*, 34, mars 1994, p. 30-37.

REIX (F.), « Création d'entreprise et désirs d'autonomie », *Agora débats/jeunesse*, 45, 3^e trimestre 2007, p. 56-67.

REIX (F.), « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », *Revue interdisciplinaire management, homme(s) et entreprise*, 1, mars-avril 2012, p. 37-52.

TELLIER (S.), « Croissance plus faible des créations d'entreprises en 2008 », *Insee Première*, 1221, janvier 2009.



PARCOURS BIOGRAPHIQUES ET CARRIÈRES ENTREPRENEURIALES

[Michel Grossetti](#), [Fabien Reix](#)

in Pierre-Marie Chauvin *et al.*, *Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat*

Presses de Sciences Po | « [Références](#) »

2014 | pages 412 à 431

ISBN 9782724616408

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/dictionnaire-sociologique-de-l-entrepreneuriat---page-412.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Presses de Sciences Po.

© Presses de Sciences Po. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

➤ PARCOURS BIOGRAPHIQUES ET CARRIÈRES ENTREPRENEURIALES

Faire de l'entrepreneuriat un objet sociologique revient à considérer ce phénomène comme une action sociale et à s'intéresser à ceux qui accomplissent l'acte d'entreprendre, comme les créateurs d'entreprise par exemple¹²⁶. Les travaux de sociologie économique ont permis de montrer que loin d'être un acteur solitaire, l'entrepreneur est bien un acteur « socialisé » (Boutillier et Uzunidis, 1999) et « encastré » dans des réseaux de relations qui servent d'appui à son activité entrepreneuriale (voir *Réseaux sociaux* ; Arocena *et al.*, 1983 ; Granovetter, 2003 ; Grossetti et Barthe, 2008). Une question reste en suspens : celle des motifs de l'entrepreneur. En effet, les tenants de l'approche par les traits (*trait approach*) n'ont pas réussi à épuiser le délicat sujet des « mobiles » que Weber (2003 [1904-1905]) et Schumpeter (1935 [1911]) ont tenté d'élucider en leur temps (Gartner, 1988). Aussi sera ici défendue l'idée que pour étudier l'éthique entrepreneuriale, il est nécessaire d'adopter une approche compréhensive en cherchant à identifier les motifs qui conduisent un individu à s'engager dans une carrière d'entrepreneur.

Cette notice s'appuie sur l'usage de la méthode biographique appliquée à l'étude de l'engagement entrepreneurial (Pailot, 2003 ; Hernandez, 2006) à travers l'analyse de plus d'une soixantaine de récits de vie de créateurs d'entreprise aquitains, aux profils

126. *La figure de l'entrepreneur se confond souvent avec celle du créateur d'entreprise sans pour autant s'y réduire en réalité. En effet, on peut « entreprendre » dans bien d'autres mondes que celui de l'économie. On pense ici notamment aux entrepreneurs de morale décrits par Becker (1985 [1963]).*

volontairement très hétérogènes, réalisés entre 2005 et 2010¹²⁷, analyse complétée par les apports d'une étude sur les créations d'entreprise « innovante » (Grossetti et Barthe, 2008). Partant du principe que ce que les entrepreneurs ont en commun n'est pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre, la méthode biographique apparaît comme l'instrument le plus adapté pour rendre compte des interprétations subjectives qui guident les conduites individuelles (Fillieule, 2001). Le recours aux récits de vie permet de retracer l'histoire tant personnelle que professionnelle de ces créateurs d'entreprise et ainsi d'analyser le regard réflexif qu'ils portent sur leurs trajectoires et les modes de justification qu'ils mobilisent pour expliquer leur engagement dans une carrière d'entrepreneur. La dimension rétrospective de l'exercice de l'entretien biographique permet en effet de saisir les moments clés dans les récits de carrière (Zalio, 2007b). Le choix de la méthode des récits de vie procède ainsi de la nécessité de considérer l'engagement dans une carrière entrepreneuriale considérée comme un processus (Hughes, 1997).

Les raisons qui conduisent un individu à créer sa propre entreprise sont multiples et ce d'autant plus que le groupe des entrepreneurs ne peut être appréhendé comme une catégorie sociale homogène. L'analyse des récits de vie de ces entrepreneurs permet cependant d'identifier trois grandes logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre (Reix, 2012), des logiques que l'on peut associer aux

127. Cette base de données a été principalement alimentée par une enquête sur les trajectoires sociales des créateurs d'entreprise aquitains (financée par le conseil régional d'Aquitaine entre 2003 et 2006) regroupant 45 récits de vie de créateurs d'entreprise aux profils très variés. Elle a récemment été complétée par une seconde enquête sur les appuis sociaux de l'entrepreneuriat (financée par la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine entre 2009 et 2010) regroupant 18 entretiens biographiques avec des fondateurs d'entreprise innovante, accompagnée par l'Incubateur régional d'Aquitaine (IRA).

trois grands registres d'action proposés par Dubet (1994) dans sa sociologie de l'expérience (socialisation, rationalité, subjectivité)¹²⁸. En retraçant les parcours biographiques de ces entrepreneurs, nous montrerons donc que l'engagement (Becker, 2006) dans une carrière entrepreneuriale renvoie à une pluralité de motifs dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective).

LA LOGIQUE D'INTÉGRATION OU LA CRÉATION D'ENTREPRISE COMME MOYEN D'ACCÉDER À UN STATUT

Si la création d'entreprise est généralement décrite par les entrepreneurs comme « *une aventure solitaire*¹²⁹ », nous verrons qu'elle se fonde bien souvent sur leurs appartenances sociales et en particulier familiales (voir Famille). En effet, la recherche sur les entrepreneurs aquitains montre que l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut d'abord être compris comme une conduite suivant une logique d'intégration qui procède de certains modes de détermination par la socialisation et le contrôle social intériorisé. Sans pour autant considérer que la socialisation doit se réduire à l'institution familiale, la tendance qu'ont les entrepreneurs interrogés à « naturellement » chercher certains des motifs de leur engagement entrepreneurial dans leur histoire familiale conduira à nous concentrer sur cette dimension dans un premier temps.

128. Le concept de logiques d'action formalisé par Dubet (1994) doit ainsi être distingué de celui présenté dans l'ouvrage collectif d'Amblard et al. (1994) et mobilisé par Hernandez dans son analyse des décisions de l'acte d'entreprendre (2006).

129. Toutes les citations en italiques sont des extraits tirés des entretiens réalisés avec les entrepreneurs de notre échantillon.

Pour ceux dont les parents étaient eux-mêmes entrepreneurs, l'idée de transmission du goût d'entreprendre par la famille est présentée comme une évidence. En choisissant de devenir créateurs d'entreprise, certains reconnaissent donc vouloir s'inscrire dans une tradition entrepreneuriale familiale. Il reste que parmi les créateurs de notre panel, ceux dont les parents étaient eux-mêmes des entrepreneurs sont loin d'être majoritaires. L'influence de la famille sur les parcours n'est donc pas à chercher dans la reproduction pure et simple d'un modèle entrepreneurial parental. Elle serait plutôt liée à la transmission d'une éducation qui valorise pêle-mêle la créativité, la prise d'initiatives, l'indépendance, le sens des responsabilités, la valorisation du travail : vertus qu'ils jugent nécessaires d'avoir pour devenir entrepreneur. Ainsi, au-delà de la seule référence à la famille comme modèle, on observe que la vocation d'entrepreneur « s'enracine » souvent dans l'histoire familiale à travers l'intériorisation d'une culture entrepreneuriale marquée principalement par l'indépendance et la valorisation du travail (Pinçon et Pinçon-Charlot, 1999). Dans cette perspective, on pourrait faire l'hypothèse inspirée du modèle théorique de Bourdieu selon laquelle la famille transmet une disposition à entreprendre (Boutillier et Uzunidis, 1999). L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise, notamment en termes d'origine sociale, montre pourtant qu'il est difficile de réduire l'engagement entrepreneurial à la seule transmission d'un habitus de classe favorable à l'émergence du goût d'entreprendre. Notre recherche montre en effet que l'engagement entrepreneurial renvoie plutôt à une logique d'intégration qui s'exprime essentiellement à travers la volonté d'accéder à un statut valorisé socialement, qui permet à l'entrepreneur de s'inscrire dans une trajectoire sociale, qu'elle soit marquée par une culture entrepreneuriale ou non. L'engagement dans une carrière d'entrepreneur correspond alors à une manière de répondre à des

attentes normatives qui peuvent être sensiblement différentes selon le milieu social d'origine. Pour les entrepreneurs issus de milieux populaires, l'engagement dans une carrière entrepreneuriale correspond à une injonction de mobilité sociale d'autant plus forte que les enfants auront suivi la même voie professionnelle que leurs parents. Pour l'illustrer, on peut prendre l'exemple de cet artisan salarié qui, à quelques mois de la retraite, a aidé son fils – artisan ébéniste comme lui – à créer sa propre entreprise afin de « *lui mettre le pied à l'étrier* » et lui éviter ainsi d'avoir à « *trimmer toute sa carrière* ». Pour les entrepreneurs issus de milieux plus aisés, il s'agira plutôt de maintenir un certain niveau de réussite sociale. En effet, ces derniers se décrivent de manière récurrente comme des « ratés de la reproduction sociale » en se présentant comme le « *vilain petit canard* » ou le « *saltimbanque* » de la famille, par exemple, parce qu'ils n'ont pas réussi à atteindre le niveau d'excellence scolaire qui était la norme dans leur famille. On peut ici faire référence à cet entrepreneur qui a créé sa propre entreprise de peinture en bâtiment après avoir connu un parcours scolaire et professionnel qu'il qualifie lui-même de « *chaotique* », alors que toutes les personnes de sa famille avaient de « *beaux diplômes* » et de « *belles situations* ». Tout en cherchant à retourner le stigmate (Goffman, 1963) de la singularité de leurs parcours en survalorisant l'étiquette d'autodidacte (voir *Singularisation et Réputation*), ce genre d'entrepreneur finit généralement par admettre que devenir entrepreneur était un moyen d'être « *reconnu* » par son milieu. Dans ce cas, la création de sa propre entreprise est considérée comme un moyen de se « mettre à niveau », la réussite économique et la considération sociale attachées à la figure de l'entrepreneur permettant de compenser en partie l'échec scolaire. En effet, même si, en France, la considération sociale reste souvent liée au niveau de diplôme (Van De Velde, 2010), le statut d'entrepreneur apparaît

suffisamment valorisé en soi pour être perçu comme un mode alternatif de réussite sociale.

Finalement, qu'il relève d'une forme d'ascension sociale ou du maintien d'un certain niveau de réussite sociale, l'acte d'entreprendre reste une manière d'accéder à un statut valorisé socialement qui permet d'être reconnu par sa communauté quelle qu'elle soit (familiale, professionnelle, etc.). Les formes de justification renvoyant à cette logique d'intégration restent cependant particulièrement difficiles à saisir dans les récits de vie des entrepreneurs. S'ils évoquent assez facilement et assez spontanément leurs origines sociales, ils finissent toujours, d'une manière ou d'une autre, par remettre en cause ou, au moins, minimiser l'influence de leur milieu social sur leur engagement entrepreneurial, cherchant ainsi à correspondre au mythe du *self-made-man* dont la réussite ne doit rien à personne. Mais, si cette référence implicite conduit les entrepreneurs à minimiser les soutiens extérieurs dont ils ont bénéficié, une étude plus approfondie des témoignages et l'usage de sources croisées sur une même histoire font apparaître qu'ils se privent rarement des ressources qu'ils peuvent tirer de leur appartenance sociale. D'où la question de savoir en quoi l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut être également interprété comme une logique stratégique.

LA LOGIQUE STRATÉGIQUE OU LA CRÉATION D'ENTREPRISE COMME UN CHOIX DANS UN CONTEXTE D'INCERTITUDE

Pour beaucoup, devenir créateur d'entreprise n'était « *pas un choix prémédité* ». Au-delà de la reconnaissance de certaines dispositions familiales propices à l'engagement dans une carrière d'entrepreneur, la création d'entreprise est souvent présentée comme une simple histoire d'opportunité, ce qui conduit parfois

à des justifications laconiques : « *J'ai eu une opportunité, je l'ai saisie !* » Quoi qu'en disent les créateurs interrogés, l'engagement dans une carrière d'entrepreneur se fait rarement sur un coup de tête. On observe ainsi que la plupart des entrepreneurs interrogés ont vécu un événement s'apparentant à une bifurcation (Bessin, Bidart et Grossetti, 2010) avant de s'engager dans la création de leur propre entreprise.

Dans une enquête sur les créateurs d'entreprise techniquement innovante (Grossetti et Barthe, 2008), nous avons pu caractériser la situation de 69 fondateurs avant qu'ils ne s'engagent dans le processus de création de leur entreprise. Un cinquième de ce total est constitué de personnes qui sont dans des situations stables et ne les quittent pas. Il s'agit par exemple des chercheurs des établissements publics, qui choisissent dans la plupart des cas de rester en poste, tout en prenant la direction scientifique de la nouvelle entreprise censée exploiter leurs travaux, ou en prenant simplement une participation au capital. Un autre cinquième correspond au cas dans lequel le fondateur quitte volontairement un emploi stable, soit pour mener à bien son projet, soit pour suivre un proche engagé dans un processus de création. Dans tous les autres cas, les fondateurs sont dans des situations instables : choix familial de mobilité géographique ; perte d'emploi ; première insertion ; reconversion industrielle ; disparition de pôles de spécialité chez l'ancien employeur ; vente ou échec d'une entreprise précédente.

Ces situations professionnelles instables peuvent être considérées comme comportant une part relativement élevée d'imprévisibilité. Les personnes concernées savent qu'elles devront faire des choix. Pour la plupart, la création d'entreprise n'est qu'une solution possible (pas toujours perçue immédiatement d'ailleurs) parmi d'autres, dont la reprise d'un emploi salarié est la plus fréquente.

Tableau 1 – Situations de 69 créateurs d'entreprise innovante au moment de la genèse du projet

Situation du fondateur avant la création de l'entreprise	N	%
Emploi ailleurs (recherche publique, consultant, groupe, retraite)	15	22 %
Départ volontaire pour développer le projet	14	21 %
Situation instable, dont :	40	57 %
<i>Choix de vie, période de réorientation</i>	6	9 %
<i>Licenciement/chômage</i>	16	23 %
<i>Recherche d'emploi/primo-insertion/emplois précaires</i>	9	12 %
<i>Reconversions/restructuration</i>	6	9 %
<i>Après vente ou échec autre société</i>	3	4 %
Total	69	100 %

Source : Grossetti et Barthe (2008).

Précisons que, dans notre cas, il s'agit en général de cadres qui pourraient retrouver un emploi et que certains de ceux qui ont créé leur entreprise après un passage par le chômage font partie des cas où l'on peut considérer que l'entreprise créée connaît une forte réussite.

Afin de distinguer les différents types d'événements qui peuvent conduire un individu à créer son entreprise, on peut reprendre le modèle « *push/pull* » de Shapero et Sokol (1982). Selon cette théorie,

les individus qui créent une entreprise le font tantôt pour des raisons « positives », telles que la recherche d'autonomie et le contrôle de son environnement qui constitueraient des finalités suffisamment attractives pour les tirer (*pull*) hors de l'entreprise qui les emploie ; tantôt pour des raisons « négatives », telles qu'un licenciement ou une longue période de chômage qui les pousseraient (*push*) à prendre en main leur propre destinée (voir **Chômeurs créateurs**). Les événements qui vont conduire à envisager l'opportunité de créer sa propre entreprise ne se limitent cependant pas à la sphère professionnelle et peuvent parfois concerner plus directement la sphère privée, même si les deux restent souvent intimement liées (mutation du conjoint, choix du cadre de vie au-delà des contraintes professionnelles, remise en question de son parcours professionnel, etc.). Mais tous les individus qui sont confrontés à ce genre de situation n'en deviennent pas tous des créateurs d'entreprise pour autant. Le fait que certains se saisissent de ces événements pour les transformer en opportunités entrepreneuriales va alors dépendre de leur capacité à mobiliser les ressources issues de leurs réseaux d'appartenances pour mener à bien leur projet de création d'une entreprise. Ce point peut être développé en se concentrant sur deux dimensions des ressources relationnelles des entrepreneurs : celles issues de leurs réseaux professionnels et celles issues de leurs relations personnelles non professionnelles. Les entrepreneurs évoquent en premier lieu les relations issues de leurs réseaux professionnels parmi celles qui ont le plus favorisé la création de leur entreprise. Selon les enquêtes de l'INSEE, la moitié des créations d'entreprise se fait dans le même secteur d'activité que celui où travaillaient précédemment les entrepreneurs interrogés¹³⁰.

130. Voir les résultats des enquêtes SINE (« Système d'information sur les nouvelles entreprises ») de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise de 2006.

En plus de leur garantir des compétences et une bonne connaissance du secteur d'activité, cette expérience du métier leur permet de s'appuyer sur les relations professionnelles qu'ils ont construites à cette occasion. Malgré l'existence d'éventuelles clauses de non-concurrence dans leurs anciens contrats, les entrepreneurs se privent rarement de puiser dans leur carnet d'adresses pour soutenir leur projet. L'opportunité de créer l'entreprise peut alors provenir d'un fournisseur, d'un client, d'un collègue ou même parfois d'un ancien employeur. Le cas des artisans et des ouvriers du bâtiment qui s'installent à leur compte en est une bonne illustration. La logique du métier propre à ce secteur peut conduire certains patrons à voir d'un bon œil l'installation à leur compte de leurs employés. L'ancien employeur concède alors quelques contrats pour aider son ancien salarié à se lancer en contrepartie d'un accord de sous-traitance par exemple. Plus généralement, on constate que les entrepreneurs se débrouillent souvent pour mobiliser d'anciennes relations professionnelles, pour avoir « *quelques contrats sous le coude* » afin de démarrer sereinement leur activité et autofinancer en partie leur projet entrepreneurial. Notre enquête montre en effet que, contrairement à une idée reçue, la plupart des créateurs d'entreprise ont un goût très modéré pour le risque, notamment lorsqu'il s'agit d'engagements financiers¹³¹. L'importance du réseau professionnel n'est plus à démontrer dans l'exercice d'une activité économique. Mais on oublie trop souvent de prendre en compte l'importance des solidarités familiales qui sont pourtant à l'origine

131. Les données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise confirment que les sommes engagées dans la mise en place des projets entrepreneuriaux sont relativement modestes. Ainsi, les budgets ne dépassent pas les 8 000 euros dans la majorité des cas. Plus encore, on sait que près d'un quart des créateurs d'entreprise de 2006 ont démarré leur activité avec moins de 2 000 euros. Voir les enquêtes SINE de l'INSEE en 2006.

de la concrétisation de nombreux projets (Pecqueur, 1983 ; Casson, 1991 ; Boutillier et Uzunidis, 1999). C'est en particulier le cas de ceux pour qui l'engagement dans la création d'entreprise correspond à une forme de reconversion professionnelle. N'ayant plus la possibilité de s'appuyer sur le réseau professionnel, ils vont logiquement privilégier le recours à des relations plus personnelles pour les aider à monter leur projet. Un membre de la famille peut être à l'origine de l'opportunité de la création de l'entreprise. On pense ici au cas de ce haut fonctionnaire dans le domaine de la santé qui a offert à son fils l'opportunité de créer une maison d'édition spécialisée dans le droit de la santé. On pourrait aussi citer l'exemple de ce père assureur qui a participé à la viabilité commerciale de l'entreprise de peinture de son fils en lui renvoyant ses clients victimes de dégâts des eaux. Il n'est pas rare non plus qu'un membre de la famille ou un ami proche remplisse, de manière officielle ou officieuse, différentes fonctions dans l'entreprise (conseiller juridique, administratif, commercial, comptable, etc.)¹³². Ce n'est qu'une fois l'entreprise bien implantée que les fondateurs opèrent des stratégies de « découplage » (White, 2011) en intégrant des éléments extérieurs à leurs réseaux de proches afin d'étendre leur activité et de gérer leurs affaires de manière « plus professionnelle » (Reix, 2008). L'ami qui s'occupe de la comptabilité devient alors un comptable professionnel ; l'artisan qui ne travaillait que comme sous-traitant de son ancien patron s'en émancipe en créant son propre réseau de

132. Plus généralement, les travaux sur les appuis sociaux de l'entrepreneuriat (Grossetti et Barthe, 2008) montrent que pour accéder aux ressources nécessaires à la création d'une entreprise (conseils, financement, recrutement, etc.), les fondateurs privilégient d'abord leurs « relations sociales » avant de mobiliser les « dispositifs de médiation » comme les organismes publics ou privés d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise par exemple.

clientèle ; les sociétés de capital-risque prennent le relais du financement du démarrage de l'entreprise par les proches (« *love money* ») ; etc.

L'accès aux ressources reste cependant inégalement réparti selon l'origine sociale. Lors de la mise en place de leur projet, les entrepreneurs issus de milieux modestes mobilisent principalement leur réseau professionnel, tandis que ceux qui sont issus de milieux plus aisés privilégient leur réseau personnel et/ou familial. En outre, il faut bien admettre que, dans certains cas, cette logique stratégique de maximisation des ressources s'apparente plus à une « logique de survie » face aux incertitudes économiques et aux phénomènes de discrimination à l'embauche sur le marché du travail. Les données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise montrent ainsi que les deux tiers des entrepreneurs perçoivent l'engagement dans la création d'entreprise comme un moyen d'assurer leur propre emploi.

Dans bien des cas, le choix de s'engager dans la création de sa propre entreprise est effectué parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, ou au contraire parce qu'ils n'en ont guère. Autrement dit, et pour parler comme Boudon (2003), les entrepreneurs interrogés déclarent s'être lancés dans une carrière d'entrepreneur car, dans leur situation, ils avaient de « bonnes raisons » de le faire. Qu'il soit relatif à une décision « choisie » ou « contrainte », l'acte d'entreprendre reste toujours lié à des motivations orientées vers la volonté de maîtriser son parcours et de « prendre son avenir en main ». Or, avec la construction d'un parcours dont la réussite ne doit rien à personne, ce désir de maîtriser son destin est, à notre sens, le fondement de l'éthique entrepreneuriale qui anime l'ensemble des créateurs d'entreprise. L'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut ainsi être appréhendé comme une logique subjective de construction de soi (voir **Singularisation** ; Rose, 1992).

LA LOGIQUE SUBJECTIVE OU LA CRÉATION D'ENTREPRISE COMME MOYEN DE RÉALISER UN PROJET DE VIE

Dans le discours de ces entrepreneurs, l'accès à l'autonomie apparaît comme le principal motif d'action et de justification de leur engagement dans une carrière entrepreneuriale (Reix, 2007). On observe que ce désir d'autonomie s'appuie, d'une part, sur une volonté de mettre à distance leur héritage familial et, d'autre part, sur une volonté de s'émanciper des contraintes du capitalisme moderne. Selon Sennett, les caractéristiques du néo-capitalisme comme la précarité des statuts, l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique, ou encore le spectre du chômage interdiraient aujourd'hui de construire des projets de vie (Sennett, 2000). Les créateurs d'entreprise que nous avons rencontrés, et en particulier les plus jeunes, décrivent pourtant leur engagement dans une carrière d'entrepreneur comme « un projet de vie » qui dépasse largement le cadre de la sphère professionnelle. La manière dont les jeunes entrepreneurs décrivent leur rapport au travail et leur relation au temps contraste avec l'image d'un entrepreneur forçat de travail véhiculée par les plus âgés. C'est peut-être là l'une des distinctions les plus nettes entre les différentes générations d'entrepreneurs rencontrées. La représentation du chef d'entreprise qui ne vit que pour son travail, « *fait des horaires à rallonge* » et ne prend pas de vacances correspond plutôt à un modèle ancien de la fonction de patron. Comme tant d'autres, un ancien cadre nous explique au contraire que l'un des intérêts d'être aujourd'hui son propre patron, c'est justement de pouvoir s'assurer que son travail n'empiètera plus, outre mesure, sur sa vie extra-professionnelle. La référence récurrente à la vie de famille et l'importance qu'ils y accordent transparaissent aussi lorsqu'ils évoquent le fait de pouvoir aller chercher leurs enfants à l'école comme exemple de leur

autonomie en termes d'horaires. La décision de créer une entreprise n'engage évidemment pas uniquement le seul créateur d'entreprise. De fait, une écrasante majorité des personnes rencontrées vivaient déjà en couple avec des enfants au moment où ils ont créé leur entreprise.

Ce qu'il y a de nouveau dans la manière dont les plus jeunes conçoivent leur carrière d'entrepreneur, c'est la revendication à pouvoir construire leur projet professionnel en prenant en considération des impératifs conjugaux et familiaux visant à articuler au mieux sphère professionnelle et sphère privée. Alors que les plus anciens évoquent très rarement le rôle de leur conjoint, les plus jeunes valorisent au contraire le fait d'avoir construit leur projet entrepreneurial en couple. Néanmoins, le conjoint n'a pas forcément de fonction explicite au sein de l'entreprise. Les créateurs de la jeune génération semblent effectivement vouloir éviter le télescopage entre vie privée et vie professionnelle. En effet, dans l'esprit des plus jeunes, vouloir harmoniser les sphères professionnelle et familiale ne veut pas pour autant dire les faire fusionner. L'idée de contrôler la place qu'occupe le travail dans sa vie ne vient pas forcément alimenter la thèse de la disparition de la valeur travail (Meda, 1995). Au contraire, même si les plus jeunes ne semblent y voir qu'un moyen parmi d'autres de s'épanouir, ils partagent tous une représentation du travail comme une valeur fondamentale de réalisation de soi (McClelland, 1961). Là où d'autres accepteraient un travail routinier, pour peu qu'ils aient d'autres sources d'épanouissement, ces entrepreneurs affirment la nécessité de prendre du plaisir et de se réaliser dans leur travail. En créant leur propre entreprise, ces individus cherchent également à s'émanciper des contraintes du statut de salarié et, plus largement, du mode de fonctionnement du marché du travail et de l'entreprise. Parmi celles qu'ils cherchent à fuir, on retrouve l'injonction à la mobilité

professionnelle et géographique faite en particulier aux jeunes. Le profil de carrière des jeunes diplômés implique souvent un passage quasi obligé en région parisienne. On retrouve alors à l'origine de l'installation à son compte la volonté de sortir de ce schéma de carrière tout tracé. Alors qu'on demande aux salariés d'être de plus en plus mobiles géographiquement, ces entrepreneurs perçoivent leur ancrage territorial (Reix, 2008), *via* la création de leur entreprise, comme un moyen d'échapper à cette mobilité « forcée ». On pense ici à l'exemple de ce jeune ingénieur qui a quitté un « confortable » emploi de cadre en région parisienne pour se reconvertir dans la création d'un café où l'on peut jouer à des jeux de société pour concrétiser son souhait de revenir s'installer avec sa famille dans son Sud-Ouest natal.

Pour ces entrepreneurs, devenir son propre patron, c'est aussi avoir le sentiment de pouvoir choisir son activité et de gérer son temps (voir *Entrepreneurs passionnés*). À travers cette idée de maîtriser son travail, c'est bien celle de contrôler son temps que l'on perçoit en filigrane. Cette volonté de contrôler les choses fait écho à ce qu'ils estiment être un fort « besoin de liberté ». Par exemple, tous disent que s'ils n'ont pas envie d'aller travailler, ils peuvent le faire. Mais lorsqu'on leur demande s'ils l'ont déjà fait, tous répondent que non ! En effet, ils admettent par la suite que s'installer à son compte ne veut pas pour autant dire être exempt de toute contrainte. Leur quotidien de dirigeants d'entreprise les amène même parfois à qualifier les obligations liées aux clients et à la gestion du personnel comme potentiellement plus contraignantes que les obligations liées au statut de salarié. Ainsi, les nouvelles responsabilités associées à leur statut de patron les empêchent concrètement de maîtriser totalement leurs horaires. Ils finissent alors par expliquer que ce qui compte, c'est de savoir qu'ils restent libres de le faire, ce qui n'est qu'une manière de dire qu'une

contrainte « choisie » est toujours plus facile à accepter que lorsqu'elle est inféodée aux décisions des autres. Ce passage du rôle d'entrepreneur à celui de gestionnaire reste cependant souvent difficile à surmonter et les conduit à porter un regard nostalgique sur la phase de démarrage de leur aventure entrepreneuriale. Ils présentent ainsi l'histoire du désenchantement et de la routinisation de la création d'entreprise : « *Ça démarre dans l'effervescence de la création, puis ça devient une affaire de gestionnaire...* » Face à ce constat, certains entreront dans un véritable processus de « création compulsive » (Schumpeter, 1935 [1911]) n'ayant de cesse de monter de nouveaux projets entrepreneuriaux.

Dans cette perspective, l'acte d'entreprendre peut finalement être perçu comme une logique de construction de soi ou de subjectivation en tant que moyen de réaliser un projet personnel qui donnera du sens à son travail et à son existence (Reix, 2012). Ce type de justification renvoie aussi dans une certaine mesure à ce que Boltanski et Chiapello (1999) nomment « la critique artiste » du capitalisme marquée par les revendications de libération et d'authenticité. On peut ainsi interpréter ce nouveau rapport au travail des jeunes entrepreneurs comme une volonté d'exploiter les ressources du capitalisme pour mieux en contourner les contraintes.

CONCLUSION

Au regard des récits de vie de ces entrepreneurs, trois facteurs peuvent être distingués pour comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. D'abord le « goût d'entreprendre » peut être transmis par la famille bien que l'image du *self-made-man* conduise à résister à cette tendance. Ce « goût » peut être également construit au cours de la carrière professionnelle par la connaissance concrète d'exemples de créations d'entreprise. Ensuite, dans bien des

cas, la création d'entreprise est un choix « rationnel », soit parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, soit parce qu'ils en ont peu, soit encore parce que la situation dans laquelle ils se trouvent en fait une solution possible pour la réalisation d'un projet ou pour la poursuite de leur propre activité professionnelle. Mais il reste que tous ceux qui ont hérité de dispositions entrepreneuriales et tous ceux qui ont intérêt à créer une entreprise, ou sont en situation de le faire, ne le font pas. On retrouve alors les vieilles questions de Joseph Schumpeter et de Max Weber sur les dispositions éthiques de l'entrepreneur. Au-delà d'une socialisation entrepreneuriale et d'un calcul rationnel maximisant ses ressources, qu'est-ce qui fonde l'éthique entrepreneuriale ? Cette dernière notion permet d'envisager la création d'entreprise non plus seulement comme une forme de reproduction sociale et/ou comme un comportement guidé par la seule rationalité économique, mais également comme une forme de construction de soi. Pour autant, il n'y a pas de possibilité d'arbitrage entre ces différents registres d'action qui ne doivent donc pas être compris comme des catégories visant à faire une typologie des entrepreneurs mais plutôt comme une manière d'aborder dans un même mouvement la pluralité des logiques d'action de l'entrepreneur¹³³. Pour comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale, l'entrepreneur doit être envisagé tout à la fois comme un agent socialisé (socialisation), un acteur stratégique (rationalité instrumentale) et un sujet doué de réflexivité (éthique personnelle). C'est dans la manière dont ces créateurs d'entreprise agencent ces trois logiques d'action dans leur modèle de justification que l'on peut saisir le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre.

133. Comme le montre Filion (2000), il existe cependant une longue tradition de l'approche typologique dans l'étude de l'entrepreneur.

La mise à distance de l'héritage social et la volonté de contrôler sa carrière professionnelle en s'affranchissant d'une partie des contraintes du marché du travail reposent aussi souvent sur une volonté d'être « les auteurs de leur propre vie ». Cette idée n'est pas sans rappeler le concept de *locus of control* défini par Rotter (1990) bien qu'il ne concerne pas l'étude des entrepreneurs au départ. Difficile à traduire en français, cette variable vise à interroger la tendance qu'ont les individus à penser qu'ils maîtrisent ou non ce qu'ils sont ou ce qu'ils font. L'auteur explique ainsi que face aux actions ou aux événements qui affectent leurs vies de manière positive ou négative, les individus s'en attribuent la responsabilité (*internal locus of control*) ou au contraire l'imputent au hasard, à la destinée ou à tout autre élément extérieur (*external locus of control*). Appliquant cette notion à la compréhension de l'éthique entrepreneuriale, certaines études montrent que les entrepreneurs se distinguent des autres par leur tendance à vouloir « maîtriser leur destin » illustrant le caractère interne de leur *locus of control* (McGraw et Robichaud, 1995). On peut d'ailleurs en trouver une bonne illustration dans la récurrence de la référence à la figure du *self-made-man* dans leurs discours. La combinaison toujours singulière de ces logiques fait que nombre de nos créateurs d'entreprises, notamment lorsque celles-ci impliquent des innovations techniques, sont souvent au départ des « entrepreneurs malgré eux », entraînés dans le processus de création par une conjoncture biographique et professionnelle spécifique dans laquelle la fondation d'une entreprise est un des choix possibles dans une situation d'**incertitude**. Les effets du parcours antérieur apparaissent dans ces cas-là comme des ressources et des contraintes qui viennent s'ajouter aux caractéristiques directes de la situation des futurs entrepreneurs au moment où ils s'engagent dans le processus de création.

Michel GROSSETTI et Fabien REIX

Renvois :

Chômeurs créateurs, Entrepreneurs passionnés, Famille, Incertitude, Réputation, Réseaux sociaux, Singularisation.

Bibliographie :

BOUTILLIER (S.) et UZUNIDIS (D.), *La Légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Paris, La Découverte, 1999.

GARTNER (W. B.), « "Who Is en Entrepreneur?" Is the Wrong Question », *American Journal of Small Business*, 12 (4), 1988, p. 11-32.

GRANOVETTER (M. S.), « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs », *Terrains et Travaux*, 4, 2003, p. 167-206.

GROSSETTI (M.) et BARTHE (J.-F.), « Dynamique des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue française de sociologie*, 49 (3), 2008, p. 585-612.

HERNANDEZ (E.-M.), « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre », *Revue française de gestion*, 168-169, 2006, p. 337-357.

MUSTAR (P.), « L'entrepreneur schumpétérien a-t-il jamais existé ? », *Annales des Mines. Gérer et comprendre*, 34, mars 1994, p. 30-37.

REIX (F.), « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains », *Géographie, économie, société*, 10 (1), 2008, p. 29-41.

REIX (F.), « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », *Revue interdisciplinaire management, homme(s) et entreprise*, 1, mars-avril 2012, p. 37-52.

SHAPERO (A.) et SOKOL (L.), « The Social Dimensions of Entrepreneurship », dans C. Kent, D. Sexton et K. Vesper (eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Engelwood Cliffs (N. J.), Prentice Hall.

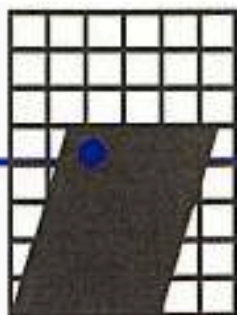
ZALIO (P.-P.), « Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières : de l'étude des mondes patronaux à celle de la grammaire de l'activité entrepreneuriale », *Sociétés contemporaines*, 68, 2007b, p. 59-82.



QUELLES
HIÉRARCHIES
SOCIALES
EN EUROPE ?

SOUS LA DIRECTION DE :

ELISABETH ANSTETT,
CAROLINE DUFY
ET RONAN HERVOUET



« Fiction et Idéal-type : réflexions autour du film *Un nouveau Russe* de Pavel Lounguine¹ »

Pierre-Marie Chauvin, Fabien Reix

Introduction

Quels rapports y a-t-il entre l'idéal type des sociologues et la fiction des cinéastes ? Cette question n'a été abordée ni par la recherche sociologique, ni par le monde cinématographique. Cet article vise précisément à interroger la relation entre idéal-type sociologique et fiction filmique à partir de l'étude du film de Pavel Lounguine (PL) sorti en 2002 sous le titre « *Oligarkh* », traduit à sa sortie en France par l'expression « Un nouveau Russe »².

En retraçant l'itinéraire du personnage de Platon Makovski (PM) et de son groupe d'amis, ce film met en récit l'ascension économique, sociale et politique des « oligarques » russes, ce nouveau groupe d'entrepreneurs capitalistes né de la *perestroïka*. En Russie, le terme « oligarques » sert à qualifier un cercle restreint d'hommes d'affaires devenus rapidement milliardaires dans les années 1990, période où Boris Eltsine était au pouvoir³. Cette catégorie sociale, peu importante au niveau quantitatif⁴ (quelques dizaines de personnes tout au plus), a pourtant cristallisé l'attention du monde social, aussi bien au niveau journalistique, politique, que populaire.

L'objet de cet article n'est pas d'« évaluer » le film de PL en infirmant ou en confirmant les informations qu'il délivre à l'aune des réalités historiques dont il est censé rendre compte. L'hypothèse que nous désirons mettre à l'épreuve est plutôt la suivante : le « nouveau Russe » de PL est une forme d'idéal-type dont on peut reconstruire les traits significatifs en portant un regard sociologique *a posteriori* sur le film. Le défi n'est pas mince de formuler la question en ces termes, tant sont chargés de controverses et de scepticismes l'usage des images comme outil de recherche d'une part (Maresca, 1996), et l'usage de l'idéal-type comme mode de conceptualisation d'autre part.

Nous nous emploierons donc à démontrer ce qu'il y a de stimulant et de pertinent à considérer un film de fiction comme un « aiguilleur d'enquête ». Après avoir brièvement situé notre approche dans le champ de la sociologie du cinéma, nous procéderons à la recension des caractéristiques typiques du « nouveau Russe » qui apparaissent dans le film de PL.

Comment analyser sociologiquement un film de fiction ?

Pour bien comprendre l'approche mobilisée dans cet article, il est utile de la situer par rapport aux différents types de « sociologies du cinéma » proposées depuis les travaux

¹ *Un nouveau Russe* (Titre original : *Oligarkh*), 2002, Russie/France/Allemagne, Drame, 2h08. Réalisé par Pavel Lounguine. Distribué en France par Pyramides Films.

² Il est important de noter le caractère péjoratif du terme « Oligarque » en Russie, servant à stigmatiser l'accaparement des richesses du pays par une poignée d'individus dans un contexte de corruption généralisée. Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que le titre français « Un nouveau Russe » ne traduit pas cette connotation négative, bien au contraire, en faisant de l'« Oligarque » l'un des principaux porteurs (et produits) du changement post-soviétique.

³ Boris Eltsine fut le premier président de la Fédération de Russie et réalisa deux mandats successifs (1991-1996 et 1996-1999).

⁴ S'appuyant sur la définition suivante de l'oligarque « un homme d'affaires qui contrôle suffisamment de ressources pour influencer la politique nationale », Guriev et Rachinsky (2005) en comptabilisaient 25 en 2003 à partir d'une enquête sur la concentration de la propriété.

séminaux de Siegfried Kracauer⁵. Avec Emmanuel Ethis, nous pouvons distinguer trois façons de « pratiquer » la sociologie du cinéma : « *l'étude du cinéma en tant qu'industrie culturelle et de ses aspects socio-économiques (...), l'étude de la représentation du monde social par le cinéma (...), et l'étude du cinéma en tant qu'institution sociale de production et de réception culturelle et artistique* »⁶. La deuxième voie citée, celle de l'étude de la représentation du monde social par le cinéma, est précisément celle qui nous intéresse dans cet article. Représenter le monde social peut se faire par l'intermédiaire du documentaire aussi bien que par le film de fiction, cependant il est important de noter la spécificité de chaque démarche, car le rapport aux réalités sociales n'obéit pas à la même logique.

Pourquoi choisir un film de fiction plutôt qu'un film documentaire ?

En associant l'image, le son, et le mouvement, le film est probablement le moyen le plus complet de restituer la réalité. Mais la manière de rendre compte des réalités sociales diffère selon que le projet renvoie à un film documentaire ou à un film de fiction. Le film documentaire est souvent associé à une volonté de transmettre la réalité brute des faits tels qu'on les observe, ce qui, au premier abord, correspond vraisemblablement mieux aux méthodes d'enquête en sociologie. Pourtant, le cinéma documentaire ne s'apparente pas forcément à un cinéma du réel qui s'opposerait au cinéma de fiction, comme l'explique Edgar Morin : « *Le cinéma de fiction est dans son principe beaucoup moins illusoire, et beaucoup moins menteur que le cinéma dit documentaire, parce que l'auteur et le spectateur savent qu'il est fiction, c'est-à-dire qu'il porte sa vérité dans son imaginaire* »⁷.

Outre cette « convention fictionnelle », l'avantage de la fiction sur le documentaire est d'avoir la capacité d'offrir une vue plus synthétique d'un phénomène et de dépasser le simple cas en recourant à un procédé de stylisation de la réalité. Aussi, pour évoquer l'émergence d'un nouveau groupe d'entrepreneurs capitalistes dans son pays, Pavel Lounguine préfère-t-il réaliser un film de fiction construit autour d'un personnage imaginaire (Platon Makovski) censé regrouper les traits les plus saillants de ces « oligarques »⁸, plutôt que d'entreprendre un portrait documentaire de Boris Berezovski, personnage réel dont s'inspire en partie son film⁹.

Le film de fiction comme outil de recherche

Si la capacité des films de fiction à représenter des réalités sociohistoriques est rarement exploitée en sciences sociales, elle fut cependant défendue par certains historiens qui y ont vu une source légitime pour leurs recherches. Distinguant ce qui relève de l'histoire *du* cinéma de l'histoire faite avec le cinéma, Marc Ferro a montré l'intérêt de considérer le cinéma de fiction comme un témoignage social, au-delà du seul film documentaire et des images d'archives : « *le film est observé, non comme une œuvre d'art, mais comme un*

⁵ De 1920 à 1933, Kracauer écrit des chroniques de cinéma pour un quotidien allemand et élabore parallèlement une œuvre sociologique qui fera date dans le champ des études cinématographiques, publiée sous le titre *De Caligari à Hitler*. A partir de l'examen de centaines de films, avec une grande attention portée aux détails, il y analyse l'évolution de l'esprit des classes moyennes berlinoises du film de Robert Wiene (1919) à l'arrivée des nazis au pouvoir.

⁶ Ethis (2005), p.7

⁷ Extrait d'un texte non publié (1980) cité par Michel Brault dans un entretien à la revue *Nouvelles Vues sur le cinéma québécois*, n° 1, Hiver 2004.

⁸ Pavel Lounguine dit lui-même à propos de la manière dont ses personnages sont construits : « *Il y a plusieurs héros derrière chaque héros, mais tout est basé sur une forme de vérité* » (Interview de Pavel Lounguine en bonus du DVD d'*Un Nouveau Russe*).

⁹ Le film est une libre adaptation du roman *Bolchaya Pajka* de Youri Doubov, lui-même homme d'affaires avant d'être romancier.

produit, une image-objet dont les significations ne sont pas seulement cinématographiques. Il vaut par ce dont il témoigne »¹⁰.

Certains sociologues ont également étudié des films de fiction, le plus souvent des grands succès populaires, pour y analyser certaines questions sociologiques classiques, comme l'identité féminine (Heinich, 1996), la place des minorités ethniques (Amal Bou Hachem, 2007), ou encore les rapports de classe (Goldmann, 1974). Il s'agissait alors souvent de révéler les représentations collectives mises en formes et actualisées par ces œuvres. L'image filmique, au même titre que certaines formes littéraires comme le roman, sert par ailleurs souvent d'illustration dans un cadre pédagogique ou essayiste¹¹.

Or, à côté de ces approches illustratives, nous entendons montrer que les films de fiction peuvent être appréhendés comme des outils de recherche et non uniquement comme des supports illustratifs « prêts à l'emploi ». Le film peut être considéré comme un élément central du processus d'investigation sociologique. Certes sa mise en forme repose sur des critères propres au monde cinématographique, mais la sélection opérée des traits socio-historiques est déjà, d'une certaine façon, un travail sociologique qui s'ignore. La narration filmique, *a fortiori* lorsqu'elle est centrée autour d'un personnage pivot comme c'est le cas dans le film qui nous intéresse ici, peut fournir au sociologue une mise en image d'idéaux-types qu'il peut expliciter *a posteriori*.

Un nouveau Russe : un idéal-type à l'image ?

La littérature sociologique consacrée à l'idéal-type est pléthorique et non dépourvue d'ambiguïtés (Coenen-Huther, 2003). Cependant un consensus émerge autour de l'idée que le type idéal est un mode de conceptualisation reposant sur une sélection et une accentuation délibérées de certains traits, et qu'elle constitue donc une « stylisation » de la réalité. Décrits en ces termes, ces principes de modélisation du réel ressemblent à s'y méprendre à ceux qui régissent la construction d'une œuvre de fiction. De fait, Weber et ses commentateurs (Hennis, 1996) ont souvent présenté le type idéal comme une « fiction ». À l'image des personnages de films, les objets définis de manière idéal-typique ne correspondent pas nécessairement à une réalité empirique, l'intérêt heuristique de l'idéal type reposant avant tout sur sa fonction de « terme de référence » et sa capacité à rendre intelligible des réalités complexes.

En reprenant l'idée classique de Max Weber selon laquelle un contexte socio-historique peut produire un type d'homme spécifique, on peut regarder la biographie filmique comme l'expression d'un « idéal-type à l'image ». Certains individus peuvent en effet être considérés comme des carrefours historiques, traversés par des forces qui les dépassent : *« Il y eut des sociétés où dominaient les guerriers, chevaliers, les samouraïs. Il y a des sociétés dominées par les chefs d'entreprise, les banquiers, les hommes d'affaires... Rechercher le type d'homme qui domine peut être une façon de caractériser un lieu et une époque. Chaque type se définit par un style de vie, une façon d'être et de se comporter dans la vie, qu'il s'agisse des actions à accomplir ou des valeurs qui leur donnent un sens et les légitiment »¹²*. Ces types particuliers d'individus, associés à des couches sociales, peuvent ainsi être analysés comme des « porteurs sociaux » de nouvelles manières de faire, de sentir et d'agir. Et cela ne laisse indifférents ni les cinéastes, ni les sociologues¹³. Nous

¹⁰ Ferro (1986), p. 322

¹¹ Pour ne citer qu'un exemple, prenons celui de l'ouvrage *Le nouvel âge des inégalités* où Fitoussi et Rosanvallon s'appuient sur des films français des années 1980 et 1990 pour étudier la façon dont la société française se représente elle-même.

¹² Combemale (2007), p. 571.

¹³ Pour ne prendre qu'un exemple de sociologue ayant analysé certains personnages de fiction comme des nœuds de forces historiques, nous pouvons citer Corcuff (2004) à propos du personnage central du film *Copland*,

prenons donc au sérieux l'idée selon laquelle la société russe post-soviétique aurait produit un nouveau type d'homme, ce que laisse sous-entendre le titre du film de Lounguine.

Le film *Un nouveau Russe* s'articule ainsi autour de l'histoire de Platon Makovski, figure idéal-typique des entrepreneurs capitalistes apparus à la faveur de la transition vers l'économie de marché. L'enquête consacrée à la mort présumée de Platon, menée par un juge d'instruction venu de province (Chmakov), est un artifice narratif permettant de faire des allers-retours entre présent et passé¹⁴. A partir des témoignages de son entourage (amis, associés, membres du Kremlin), le film retrace le parcours de PM et de sa bande depuis leur entrée dans le monde des affaires à l'époque de la *perestroïka* jusqu'au stade le plus avancé de leur ascension économique dans la Russie de Boris Eltsine¹⁵. Le film permet ainsi non seulement de comprendre les logiques de l'ascension fulgurante de ces nouveaux entrepreneurs russes mais aussi de porter un regard rétrospectif sur les conséquences de la libéralisation économique sur les hiérarchies sociales et les luttes statutaires en Russie¹⁶. Si PL n'est pas sociologue, son film propose, de notre point de vue, une forme d'idéal-type à l'image permettant à la fois d'incarner le changement social dans la Russie contemporaine et de synthétiser les caractéristiques statutaires et les ressources de ce « nouveau Russe » que personnifie PM.

Les caractéristiques statutaires du « nouveau Russe »

PM ne naît pas nouveau Russe, il le devient. En effet, nous allons voir que ses caractéristiques et ses comportements évoluent au cours du film, en suivant la dynamique statutaire du personnage. Il ne s'agit pas seulement d'un changement sur une échelle hiérarchique (passant du bas au haut de l'échelle économique, voire politique), il s'agit également d'un changement relatif à son identité de « Russe ». Le nouveau Russe n'est pas seulement un nouveau riche, c'est aussi le porteur d'un nouveau rapport à l'identité russe. En nous appuyant sur la définition webérienne du statut, nous présenterons successivement les dimensions objectives (à travers le « style de vie ») et subjectives (jeux de catégorisation et de considération entre acteurs) du statut du nouveau Russe telles qu'elles apparaissent dans le film, en nous arrêtant sur quelques scènes particulièrement significatives.

La dimension objective du statut : le style de vie

Selon Weber, la situation statutaire est fondée sur le prestige dont bénéficie un individu, soit un privilège positif ou négatif de considération sociale basé notamment sur des éléments objectifs tels le style de vie et le niveau d'instruction. On retrouve ainsi dans le film une multitude d'informations visuelles permettant de décrire les caractéristiques idéal-typiques du nouveau Russe concernant son style de vie (vestimentaire, transport, consommation...) et l'importance du diplôme comme marqueur statutaire.

Les caractéristiques physiques : corps et accessoires

interprété par Sylvester Stallone : « *Le personnage de Stallone dans Copland a à voir tout à la fois avec la Tradition, la Modernité et la 'Post-modernité', tout en tendant à les subvertir toutes les trois dans un mélange détonnant* » (p. 125).

¹⁴ Ce qui n'est pas sans rappeler le procédé utilisé par Orson Welles dans *Citizen Kane* (1941), film que Pavel Lounguine cite comme une source d'inspiration parmi d'autres grands films américains (*Scarface*, *Le Parrain*).

¹⁵ Ces éléments historiques contribuent à l'ancrage réaliste de cette œuvre de fiction .

¹⁶ Pavel Lounguine dit lui-même qu'en faisant ce film de fiction il avait pour ambition de raconter « quelque chose d'important » sur la Russie de ces 15 dernières années : « *faire un film inventé qui va se confondre avec l'histoire et qui va peut-être devenir l'histoire* » (Interview de Pavel Lounguine en bonus du DVD d'*Un Nouveau Russe*).

Dans la scène d'ouverture du film, PL donne à voir les caractéristiques physiques du nouveau Russe à un stade avancé de son ascension économique. Les signes extérieurs ne trompent pas : lunettes fumées, cheveux gominés, manteau noir, entouré de gardes du corps, PM avance le port haut vers sa Mercedes. En le montrant ainsi, PL expose le nouveau Russe après sa transformation physique, révélatrice des changements identitaires et statutaires vécus par le personnage depuis son entrée dans le monde des affaires. La scène suivante où apparaît PM permet de saisir rapidement cette transformation, en le montrant 15 ans plus tôt, le cheveu en bataille, la nuque un peu longue, vêtu d'un pull épais à col roulé, embarqué dans un train rempli d'économistes et de mathématiciens réunis à l'occasion d'un colloque. L'attitude corporelle est alors plus débridée, il danse sur la banquette, boit au goulot, se promène dans les wagons avec des brochettes et une bouteille de vodka dans les mains, deux symboles forts de la culture populaire russe. Le travail d'écriture puis celui de montage permettent de créer des contrastes filmiques, ici entre le jeune Platon et Platon le nouveau Russe, à la façon dont les sociologues peuvent choisir de comparer des situations ou des moments particulièrement significatifs car synthétiques et contrastés. Dans les deux cas, l'objectif est le même : donner à voir un ensemble d'éléments permettant d'approcher des idéaux-types, pour rendre compte de variations synchroniques ou diachroniques.

Les modes de transport et de consommation

L'opposition Mercedes-Train est révélatrice de la tension entre ascension statutaire et identité nationale. Avant de devenir un nouveau Russe, PM se déplaçait en train, mais peu à peu il s'éloigne du peuple et des modes de vie nationaux pour adopter des codes propres au monde des affaires et du luxe (berline avec chauffeur, jet privé, hélicoptère...). Cette tension se retrouve également plus tard dans le film, dans le propos de Nina (la femme de Viktor, l'un de ses associés) lors de l'anniversaire de PM : « *Je ne veux pas de ta voiture, je fais comme les Russes, je prends le train !* ». De nombreuses scènes témoignent également d'une consommation ostentatoire, notamment celles où l'on voit PM à table, le plus souvent avec ses amis et associés, jouissant d'un personnel de service, d'argenterie, de Grands Crus français et de plats gastronomiques. La scène la plus caractéristique de ce mode de vie régie par l'ostentation étant celle de la fastueuse fête d'anniversaire de PM pour ses 44 ans à laquelle il arrive à dos d'éléphant. L'ensemble des éléments présents dans les différents plans à table tranche avec la vision de PM portant à la main brochettes et bouteille de vodka dans la scène du train. Parmi les marqueurs statutaires récurrents à l'image, les boissons et leurs modes de consommation constituent un indicateur décisif de l'ascension sociale de PM. Jeune docteur en mathématiques, PM buvait de la vodka, boisson identitaire russe par excellence, omniprésente dans le film, tandis qu'une fois enrichi, il se met à consommer Champagne et grands vins rouges français¹⁷. Tout se passe comme si en gagnant son statut de nouveau riche, il quittait peu à peu son identité d'ancien Russe.

Le diplôme comme marqueur statutaire

Au départ, en tant qu'universitaires diplômés d'un doctorat de mathématiques¹⁸, rien ne destinait vraiment Platon et ses amis à devenir des hommes d'affaires. Plusieurs scènes permettent pourtant de montrer l'importance des titres universitaires pour la nouvelle génération d'hommes d'affaires russes. C'est d'ailleurs explicitement sur cette idée que repose la première affaire de PM et sa bande : écrire des thèses pour des « *ignares friqués* »

¹⁷ Le Champagne et les grands vins rouges français, beaucoup plus chers que les vins moldaves et géorgiens et le *Soveckoe Sampanckoe*, ont eu un succès certain auprès des nouveaux Russes au cours des années 90. Synonymes de luxe et dépositaires du prestige associé à la culture et à la gastronomie françaises, ces vins se trouvent à des prix trois ou quatre fois plus élevés qu'en France dans le même type de points de vente. Voir « Le marché du vin en Russie » (26/4/2007), in *L'Encyclopédie du Vin*, mis en ligne sur www.vinimarket.com.

¹⁸ Boris Berezovski était lui-même mathématicien avant d'entrer dans le monde des affaires (Hoffman, 2002).

tout en s'employant en parallèle à contrefaire des jeans délavés. C'est ainsi que Platon rencontre Larry, son futur bras droit, patron d'un garage *Lada* souhaitant avoir une thèse car, selon lui : « *ce n'est pas sérieux d'être patron d'un grand garage et de ne pas avoir de thèse* ». Pour le nouveau Russe, la réussite économique ne suffit pas, elle doit se doubler d'une reconnaissance statutaire plus symbolique, que Larry dévoile ici à travers son aspiration au titre doctoral. L'importance du diplôme comme marqueur statutaire se retrouve également dans le choix de Platon d'envoyer son fils dans « *une école privée très chic* »¹⁹ à Londres²⁰, signe de sa nouvelle appartenance à la catégorie des nouveaux Russes en voie d'occidentalisation. Une partie des traits que nous venons de décrire ne sont pas tous forcément spécifiques aux nouveaux entrepreneurs russes, correspondant plus probablement à une catégorie « transnationale » des hommes d'affaires en ascension statutaire. Cependant nous pouvons faire l'hypothèse que le passé communiste de la société russe et le rapport ambivalent à l'égard de l'identité russe entretenue par ces nouveaux milliardaires rendent particulièrement visibles ces caractéristiques et ces comportements ostentatoires.

Les dimensions subjectives du statut : la considération sociale

Après s'être intéressé aux éléments objectifs qui fondent le statut, il s'agit maintenant d'étudier les éléments plus subjectifs de la considération sociale attribuée à PM et ses amis par différentes catégories de la population. Le film est à cet égard un outil intéressant, car il permet de dépasser la question trop rapide et schématique de la « considération collective » associée aux nouveaux Russes, en la décomposant en différentes « sources » de considération. Ainsi peut-on évoquer successivement la considération endogène produite par le groupe de pairs (qui est ici également un groupe de statut), puis les considérations médiatiques, populaires, et politiques telles qu'elles apparaissent dans le film.

La considération endogène : les nouveaux Russes par eux-mêmes

Lorsque l'on se penche sur la façon dont Platon et les siens considèrent eux-mêmes leur ascension et plus généralement leur identité collective, on remarque une scène particulièrement significative, lors de son anniversaire fastueux, où Platon s'isole avec ses amis et déclare : « *On est bien plus que des amis. Ensemble, on est un monde* ». L'opération de clôture sur soi, caractéristique des groupes de statut, se double ici d'un discours d'importance appuyé sur une grandeur autoproclamée, donnant une autre dimension à leurs relations amicales. Le terme d'amis est selon Platon trop étriqué et banal pour caractériser l'ensemble des activités et des liens qui les unissent. A plusieurs reprises dans le film, les nouveaux Russes se présentent ainsi comme un « nouveau monde »²¹.

La considération médiatique

Cette nouvelle catégorie sociale trouve en partie son existence dans l'attention médiatique qu'elle suscite. Une des premières scènes du film montre PM interrogé par une journaliste, et témoigne d'emblée de la résonance médiatique du nouveau Russe. On voit tout au long du film que le traitement médiatique des nouveaux Russes dépend du média considéré et de sa dépendance politique et/ou financière. Louguine montre bien comment

¹⁹ Selon les mots de Maria, compagne de PM, parlant avec le juge au cours de l'enterrement factice de PM.

²⁰ Le choix de Londres n'est pas anodin : c'est l'une des principales destinations des milliardaires russes (dont Boris Berezovski) cherchant à éviter la justice de leur pays, et c'est l'une des places fortes du capitalisme financier du début du XXIème siècle.

²¹ L'évocation d'une blague sur les nouveaux Russes par l'un des amis de PM illustre bien la réflexivité des personnages quant à la dimension ostentatoire de leur consommation : « *Deux nouveaux Russes se rencontrent et l'un dit à l'autre : 'T'as vu la cravate que je me suis achetée ? Pas mal hein ?! 3000 dollars !'. Et l'autre lui répond : 'Tu t'es fait avoir ! Je viens de voir la même que ça à 5000 !'* ».

« anciens » et « nouveaux » Russes luttent pour maîtriser l'arme télévisuelle. En effet, la possession d'une chaîne télévisuelle permet à PM de contrôler quelque peu son image et de nuire à ses opposants à travers la diffusion d'images compromettantes, sous couvert d'arguments démocratiques (liberté de la presse).

La considération populaire

Les formes de considération populaire à l'égard des nouveaux Russes sont nombreuses dans le film, et ont pour point commun d'être critiques à leur égard. L'hostilité du peuple russe apparaît notamment en ouverture du film au cours de manifestations hostiles à PM (« *En prison Makovski!* »²²), mais également dans une scène où le juge d'instruction (Chmakov) échange quelques mots avec le tenancier d'un hôtel qui se réjouit de l'annonce de l'attentat contre PM.

Au-delà de ces scènes illustrant le point de vue populaire, deux personnages semblent incarner de façon idéal-typique le peuple russe, à la fois dans ses vices et ses vertus. D'une part Nina, la femme de Viktor, qui appartient à la bande mais s'en détache à plusieurs reprises en stigmatisant le style de vie de son mari et de ses compagnons. Lors de l'anniversaire de PM, dans un état d'ivresse avancée, elle les interpelle ainsi : « *Regardez ça, l'élite de la nation : ça picole, ça se goinfre, ça s'envoie en l'air comme des bêtes sous les yeux de ceux qui ont faim. Vous n'avez pas honte ? Moi, je fais que boire...de la vodka, la boisson nationale comme on dit, de la gnôle russe, pas du champ'. Je bois ce que boit le peuple* ». A l'instar de Nina, le personnage de Chmakov apparaît comme la conscience à la fois sociale et nationale du film. Ce juge d'instruction « *intègre et débarqué de sa province* »²³ offre un regard extérieur et désabusé sur ce monde moscovite gangrené par la corruption.

La considération par le pouvoir politique

La considération du Kremlin pour les oligarques s'exprime notamment lors de la scène où le camarade Koretski explique à Chmakov ses ressentiments à l'égard de PM. Cette scène est révélatrice à la fois de sa perception négative des nouveaux Russes et des raisons historiques de cette perception : « *Je ne l'ai pas tué, c'eût été lui faire trop d'honneur. Je le détestais, ça oui, comme on détestait un monstre : égoïste, égocentrique au dernier degré, un monstre ! Tu crois que j'ai voulu me venger de m'être fait voler ma femme. Koretski, un membre de l'aristocratie, s'abaisser à se montrer jaloux de cette espèce de petit métèque ? C'est pour la Russie que je m'indigne. Ma famille sert la patrie depuis 10 générations. Les tsars, les communistes, peu importait. C'eût été un péché de dire que le tsar était bon ou qu'il était mauvais. Nous avons, de père en fils, le respect de la hiérarchie, le don de reconnaître les ennemis du pouvoir et l'aptitude à les châtier sans pitié. Et tu n'as pas idée de la gravité des dommages qu'aurait pu causer ce Makovski à notre nation, si on ne l'avait pas empêché* ».

Les références faites à la nation et au peuple sont récurrentes chez Koretski, tout particulièrement lorsqu'il critique ces oligarques, comme on le voit également dans une scène où il s'adresse directement à PM : « *Je veux que vous compreniez que vous êtes un criminel, un dangereux criminel car vous ne vous contentez pas de voler un individu, vous dévaluez un pays tout entier, vous pillez une nation... une patrie qui vous a nourri, qui vous a éduqué gratuitement* ». Un criminel, un monstre, un métèque, voilà ce que représente PM pour les *apparatchiks* tels que Koretski, qui développe ici une rhétorique héritée des dirigeants soviétiques antérieurs, enclins à redécouvrir régulièrement, au gré des

²² « *Fais tes bagages pour Israël!* », autre phrase scandée par la foule, fait écho au caractère antisémite de certaines attaques dont ont été victimes les oligarques russes, dont certains sont de confession juive (c'est notamment le cas de Boris Berezovski).

²³ Selon les propres mots des membres du Kremlin l'ayant diligé.

transformations sociales et de l'apparition de nouveaux acteurs, de nouveaux ennemis de la nation russe.

Les ressources typiques de la réussite économique du « nouveau Russe » et leurs limites

Outre les caractéristiques statutaires objectives et subjectives des nouveaux Russes, le film permet d'expliquer leur réussite économique en donnant à voir l'ambiguïté de leurs relations avec les milieux politiques et criminels russes. Tirant parti de ces réseaux pour accéder aux ressources nécessaires au développement de leurs affaires, ils ont réussi à s'enrichir en contournant les réglementations encore floues de la jeune économie de marché Russe. Mais les relations avec ces réseaux mafieux finiront par se retourner contre eux quand ils tenteront de s'en affranchir en s'engageant eux-mêmes dans une carrière politique.

Le jeu avec les règles

Les nouveaux Russes se caractérisent par une certaine manière de faire des affaires dans un contexte de libéralisation économique et de restructuration juridique. La principale explication de leur réussite se trouve en effet dans leur capacité à contourner les lois et les réglementations et à tirer profit des situations floues qu'ont provoquées les réformes mises en œuvre pendant la *perestroïka*, sur fond d'une corruption généralisée. Ce type de conduite économique apparaît clairement à trois moments-clés du film :

D'abord, dans la scène où PM théorise un système de troc devant ses amis, scène qui symbolise leur entrée véritable dans la « carrière d'entrepreneur », au moment où un arrêté du gouvernement de Gorbatchev introduit une taxe à l'achat de marchandises par des entreprises privées : « *PM : La nouvelle loi ne s'appliquera pas à nous, elle concerne les sociétés qui font du commerce mais nous on fera du troc. (PM explique le système, les autres ne semblent pas vraiment comprendre). C'est pourtant simple ! Maintenant, dans le commerce on ne peut plus vendre...mais on peut faire du troc. Bon, tu as un aspirateur à vendre. Je ne peux pas te l'acheter mais je peux de l'échanger contre tout ce qu'on veut. Des balais par exemple* ». Alors que la réglementation rendait peu viable leur fabrique artisanale de jeans délavés, ils vont donc mettre en place, sous l'impulsion de PM, un système de troc au sein duquel ils échangeront des balais contre des « Lada ». Ce procédé leur permettra de fonder la holding « Infocar » dont la principale activité consiste précisément à acheter et à revendre des voitures²⁴.

Puis, suite à une nouvelle loi augmentant les taxes sur l'importation de voitures, ils font affaire avec une association, décrite ironiquement comme ayant vocation à « *soutenir les petites entreprises* », dirigée par un ancien combattant d'Afghanistan (le colonel Belinki). Ce dernier bénéficie d'une détaxe à l'import par dérogation spéciale du Président (Eltsine) dont va profiter indirectement le groupe de Platon.

Enfin, face à la remise en cause des privilèges concernant les associations par les instances politiques, PM invente une nouvelle « combine » autour d'un montage financier permettant à l'une de ses banques de s'enrichir en empochant des commissions sur chaque transaction effectuée. Le système mis en place repose sur une circulation de dettes où des titres fictifs sont transformés en argent au cours de leurs échanges successifs.

On voit à travers ces trois exemples comment les pratiques économiques innovantes, ici fondées sur des systèmes de trocs, s'inscrivent dans des contextes sociaux et juridiques

²⁴ C'est d'ailleurs en vendant et en rachetant des *Lada* à l'entreprise d'Etat *Autovaz* que Boris Berezovski a démarré ses affaires à l'époque de la *perestroïka*.

particuliers, comme a pu le montrer Caroline Dufy (2008) dans son ouvrage consacré aux pratiques de troc dans la Russie post-soviétique.

Les réseaux de relations comme ressources

Les jeux avec les réglementations ne se font pas dans un désert relationnel, tels des pratiques sociales solitaires, souterraines et isolées des sphères du pouvoir et des dispositifs juridiques. Comme le montrait l'exemple de la détaxe à l'importation obtenue par le biais d'un soutien politique, les relations sociales font partie des ressources stratégiques pour mettre en œuvre de façon efficace les pratiques de troc et de contournement des réglementations. Malgré quelques difficultés éprouvées au cours de leur « conversion professionnelle », le groupe d'amis ne s'embarrassera pas de considérations éthiques et s'associera sans scrupules avec des mafieux et autres *apparatchiks* corrompus pour mener à bien leurs affaires. Ainsi dans les premières scènes du film montrant le jeune Platon, deux contrôleurs de train sont tour à tour corrompus. Quinze ans plus tard, alors qu'il est à la tête d'un empire économique, les pratiques corruptives perdurent mais ce sont l'ampleur et les enjeux de la corruption qui ont changé.

A travers le film, on voit bien comment le groupe des nouveaux Russes, dont PM est à la fois le leader charismatique et l'incarnation typique, est non seulement cohésif, c'est-à-dire fondé sur des relations internes fortes et un esprit communautaire, mais aussi fortement intégré dans un réseau de relations impliquant des acteurs « mafieux » et des politiciens corrompus. Dans le film, la frontière entre le groupe d'amis (anciens universitaires) et les acteurs périphériques (mafieux établis) est parfois floue, comme le montre le cas du vieil homme « Ahmed l'Ouzbek ». Relation mystérieuse, apportée par Larry, qui les protège face à des gangsters de la Volga en déclarant à leur chef : « *Les mecs que tu rackettes, c'est mes filleuls* ». L'importance de la « famille adoptive » en tant qu'instance de solidarité et de protection ne doit pas masquer les limites de ce genre de liens, qui apparaissent lorsque le contexte politique ou judiciaire devient défavorable à plus grande échelle. Ainsi, lorsque PM et sa bande sont pourchassés de façon « musclée » par les *apparatchiks* (notamment Koretski) et les plus hautes instances du pouvoir politique, Ahmed se défile et signale à ses « amis » qu'il doit aller à Londres pour le mariage d'une de ses soeurs.

Les relations des nouveaux Russes avec le pouvoir politique sont elles aussi complexes. Bénéficiant du soutien d'une partie des membres du Kremlin avec qui ils font des affaires par l'intermédiaire du colonel Belinki, ils sont aussi surveillés de près par une frange plus conservatrice du parti représentée par le « camarade Koretski ». En synthétisant les images de ces rapports entre oligarques et politiques véhiculées par le film, on pourrait considérer qu'ils reposent sur la combinaison d'une attraction et d'une crainte : attraction lorsque l'accès aux sphères du pouvoir politique paraît instrumentalisable à des fins lucratives ; crainte lorsque le nouveau Russe devient menaçant pour (et donc souvent menacé par) le pouvoir politique. La fuite de PM en Ile-de-France, certes temporaire, peut ainsi être considérée comme un comportement caractéristique du nouveau Russe, figure condamnée à la soumission ou à l'exil lorsqu'il n'a pas ou plus le soutien d'un pouvoir politique dont on ne peut être que l'ami ou l'ennemi.

Les luttes statutaires entre « anciens » et « nouveaux » Russes

En retraçant l'ascension économique de PM et ses conflits avec le pouvoir politique, le film interroge aussi l'articulation de différentes « arènes²⁵ statutaires » (économique, sociale et politique). Le film de PL donne à voir les luttes statutaires entre les nouveaux

²⁵ Selon Frederick G. Bailey (1971), le terme « d'arène » renvoie à un espace particulier de confrontations, où les conflits sont régis par des lois propres.

entrants (oligarques) qui cherchent à accéder aux positions dominantes et ceux (*apparatchiks*) qui cherchent à les préserver et éviter ainsi une forme de déclassement social. Le film met ainsi au jour la lutte entre deux hommes incarnant respectivement l'idéal-type de l'ancien Russe (Koretski) et celui du nouveau Russe (PM).

Koretski est le personnage qui exprime le plus clairement le conflit identitaire et statutaire opposant les anciennes élites politiques et les élites économiques émergentes cherchant à pénétrer l'arène politique. Le dégoût que ce dernier ressent pour PM dépasse le seul esprit de vengeance relatif au « vol » de sa femme par celui-ci. Plus profondément, Koretski se sent socialement menacé par l'ascension fulgurante de ce nouveau groupe d'entrepreneurs incarné par PM. Le terme de « métèque » employé à plusieurs reprises par Koretski pour (dis)qualifier PM renvoie explicitement ce dernier au statut d'étranger, étranger au sein du monde des dominants et de l'identité nationale russe. La violence verbale n'est que la forme euphémisée des multiples violences (assassinats, attentats, suicides...) animant les relations entre *apparatchiks* et nouvelles « élites » économique, une véritable économie de la violence et de la protection physique s'organisant après 1989, comme le montrent les travaux de Volkov (2002) sur les entrepreneurs de la criminalité.

On constate ainsi que le processus d'ascension sociale de Platon et sa bande atteint ses limites lorsqu'ils cherchent à mettre à profit leur pouvoir économique pour investir la sphère politique²⁶. C'est ainsi que Platon, en exil en France pour échapper à la pression des hommes du Kremlin, déclare : « *Comme on n'a aucune chance de vaincre le Kremlin, on va nous-mêmes devenir le Kremlin* ». Il décide alors de créer sa propre chaîne de télévision et de lancer la carrière d'un gouverneur de province (Lomov). Mais cela ne durera pas, Lomov finira par se retourner contre lui, en même temps que le pouvoir reprendra rapidement le contrôle de la chaîne considérée et engagera une procédure judiciaire contre lui afin d'aboutir au démantèlement de sa société « Infocar ». Le film montre ainsi que les vellétés politiques de PM sonnent le glas de son ascension sociale, PL affirmant ainsi le primat de l'arène politique dans le cycle de consécration sociale des citoyens russes.

Conclusion

Nous avons montré que l'analyse du film *Un nouveau Russe* permettait d'entreprendre une sociologie du nouveau Russe, en donnant à voir un idéal-type de l'homme d'affaires produit par la chute du communisme. A la lecture des principaux travaux portant sur cette thématique (Hoffman, 2002 ; Volkov, 2002 ; Bonnell & Gold, 2003 ; Mendras, 2003), il apparaît que non seulement cet idéal-type ne trahit pas leurs résultats, mais qu'il mériterait d'être opérationnalisé dans une recherche plus systématique sur l'ascension statutaire de ces nouveaux entrepreneurs. De notre point de vue, le film peut ainsi être appréhendé comme un « embrayeur de recherche » ou un « aiguilleur d'enquête » ouvrant la voie à une analyse sociologique plus approfondie.

Si « l'idéal-type à l'image » permet de synthétiser un certain nombre de caractéristiques, il laisse cependant dans l'ombre d'autres traits typiques, comportements, situations qui constituent ce que l'on pourrait appeler la « part aveugle » du type idéal, dont nous pouvons distinguer au moins trois dimensions.

²⁶ Cette idée fait étonnamment écho à l'« affaire loukos » survenue en juillet 2003, donc après la sortie du film, qui marque en quelque sorte la fin de « l'âge d'or » des oligarques. Elle donna lieu, sous l'impulsion de Vladimir Poutine, à l'emprisonnement de l'homme d'affaires Mikhaïl Khodorkovoski et au démantèlement de ce géant pétrolier russe qu'est la société « loukos ». L'arrestation de Khodorkovoski faisait suite à son engagement de plus en plus prononcé dans les partis d'opposition et à une déclaration laissant sous-entendre qu'il abandonnerait sa carrière d'entrepreneur afin de se consacrer à celle d'homme politique pour les présidentielles de 2008.

En premier lieu, il faut noter que certains éléments historiques importants n'apparaissent pas dans le film. C'est le cas notamment des vastes campagnes de privatisation des grandes entreprises d'Etat menées dans les années 1990 dans la Russie de Boris Eltsine, élément pourtant déterminant pour la réussite économique des oligarques. En outre, selon Guriev et Rachinsky (2005), deux générations doivent être distinguées à l'intérieur du groupe des oligarques. La première est composée de jeunes entrepreneurs ayant commencé à bâtir leur fortune à l'époque de la *perestroïka*. C'est celle qui nous est présentée dans le film, PM et sa bande incarnant bien cette « *génération d'acteurs économiques âgés de 25-30 ans dans les années 1990, n'ayant connu de vie professionnelle que dans la période soviétique très tardive, voire uniquement dans la perestroïka* »²⁷. Leur réussite économique précoce leur a permis de capitaliser suffisamment d'argent pour participer activement aux premières campagnes de privatisations de l'ère Eltsine. La deuxième génération est composée d'anciens cadres du parti ayant su reconverter leurs ressources politiques dans le secteur de l'économie mais aussi de banquiers proches d'Eltsine ayant participé à financer sa réélection en 1996. Ce financement, réalisé à partir d'un procédé très controversé d'échange de « prêts contre actions » (Radvanyi, 2004), a d'ailleurs fait scandale en Russie et a contribué à discréditer les oligarques auprès du peuple russe, accusés d'avoir « pillé le pays ». Cet épisode polémique de la présidence de Boris Eltsine n'apparaît pas non plus dans le film.

Par ailleurs, la part aveugle de ce type idéal repose sur l'accentuation de certains traits individuels conduisant à une forme d'héroïsation du personnage de Platon Makovski. Le processus de typification filmique ne passe pas seulement par une condensation des propriétés sociales des oligarques, il s'appuie également sur une individualisation des conditions d'apparition des nouvelles formes économiques et statutaires. Autrement dit, la focalisation sur certaines caractéristiques individuelles de PM, présenté à plusieurs reprises comme un « *génie* » créatif, trahit la dimension collective des innovations juridiques et financières dont il est l'un des acteurs. Cette forme d'héroïsation doit donc être relativisée et replacée dans l'ensemble des dynamiques collectives soutenant les innovations et les ascensions statutaires, qu'il s'agisse des jeux réticulaires, du recours à des cabinets de conseils juridiques (souvent occidentaux), des pratiques corruptives, ou encore de l'association à des capitaux étrangers.

Enfin, la part aveugle du type idéal est liée au choix même de ces nouveaux riches comme sujet narratif. Choisir ces nouveaux entrepreneurs pour représenter le changement historique des sociétés post-communistes revient à relayer une attention médiatique et scientifique concentrée sur ces figures ascendantes aux comportements ostentatoires. Or, comme l'explique Alina Surubaru dans sa contribution à ce même ouvrage, il peut être intéressant de déplacer le regard des grandes fortunes vers les petites fortunes issues du monde post-soviétique, afin de comprendre la complexité des processus de différenciation et hiérarchisation sociales après 1989, comme elle le fait pour le cas des entrepreneurs roumains.

Ces points aveugles conduisent à poser la question plus générale de la chaîne d'opérations sur laquelle repose une telle sociologie des films de fiction. Cette chaîne consiste en une série de mises en forme des réalités sociales : une représentation d'abord artistique, dont les critères normatifs n'exigent pas d'explicitation des choix de narration opérés, à laquelle succède une représentation scientifique, où tout le travail est précisément d'*explicit*er la sociologie « nichée » dans l'œuvre. L'exigence d'explicitation ne concerne pas seulement les éléments « internes » du contenu du film (narration, personnages), mais aussi les conditions de production et l'intentionnalité du réalisateur, dont la connaissance est souvent considérée comme une condition nécessaire à l'analyse sociologique des films (Goldmann, 1992 ; Darré 2007). Ainsi, Yann Darré affirme, dans un article intitulé « Esquisse

²⁷ Dufy (2007), p.70.

d'une sociologie du cinéma », qu'« on ne peut analyser les films sans savoir qui les a faits, comment et pourquoi, éléments qui seuls permettent de dire de quoi, et de qui, le cinéma peut être le reflet »²⁸. Or, le plus souvent, le sociologue qui analyse une œuvre doit le faire sans connaître les justifications de l'auteur, à moins d'entreprendre une enquête sur l'histoire de sa constitution.

Afin de contourner cette difficulté, nous nous sommes appuyés sur des extraits d'interviews de Pavel Lounguine où il parle de son film, de son contexte et du phénomène de société qu'il interroge. C'est là l'un des principaux avantages de la diffusion des films sur support DVD, ce qui permet d'« enrichir » le film de séquences informatives sur les conditions de production de l'œuvre, l'intention du réalisateur, la démarche suivie, etc. Les précisions apportées au sein de cet article sur le cadre historique de la Russie post-soviétique participent de ce travail de contextualisation des images qu'Howard Becker érigait en 1974 comme principe fondamental de la « sociologie visuelle »²⁹.

Cependant, l'enjeu de cet article n'était pas tant de rendre compte de ces données contextuelles que de proposer, à partir d'un film de fiction, une approche idéal-typique d'un nouveau groupe social d'hommes d'affaires dont l'émergence a bouleversé les hiérarchies sociales de la société russe contemporaine. Loin de la vision homogénéisante d'une élite russe, il s'agissait de montrer l'hétérogénéité et les conflits inhérents aux « élites » post-soviétiques, en distinguant différentes « couches sociales » stylisées par les idéaux-types de l'ancien et du nouveau Russes.

BIBLIOGRAPHIE

BAILEY F., 1971. *Les règles du jeu politique. Étude anthropologique*. Paris, PUF.

BECKER H. S., 1974. "Photography and Sociology", *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 1(1), p. 3-26.

BONNELL V. E. & GOLD T. B. (eds), 2002. *The New Entrepreneurs of Europe and Asia. Patterns of Business Development in Russia, Eastern Europe and China*, New York, M. E. Sharpe.

BOU HACHEM A., « Les étrangers dans la fiction française : regards sociologiques », *Sociétés*, n° 96, 2, p. 29-39.

COENEN-HUTHER J., 2003. « Le type idéal comme instrument de la recherche sociologique », *Revue Française de Sociologie*, 44, 3, p. 531-547.

COMBEMALE P., 2007. « Une sociologie des actions sociales », *Revue du Mauss*, 29, 1, p. 569-574.

CORCUFF P., 2004. *La société de verre*, Paris, Armand Colin.

DARRE Y., 2006. « Esquisse d'une sociologie du cinéma », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1-2, p. 161-162.

²⁸ Darré (2007), p.125.

²⁹ Si les réflexions de Becker portent sur l'usage des images photographiques, elles nous semblent généralisables à l'ensemble des images quels que soient les outils ayant permis leur production (appareil photo, caméra vidéo, dessin). Plus on en sait sur les conditions de production d'une image et sur l'intentionnalité du réalisateur, plus cette image a des chances d'être pertinente comme donnée de recherche.

- DUFY C., 2007. « Deux générations face au troc dans la Russie des années 1990 », *Agora*, n° 45, p. 68-78.
- DUFY C., 2008. *Le troc dans le marché. Pour une sociologie des échanges dans la Russie post-soviétique*, Paris, L'Harmattan.
- ETHIS E., 2005. *Sociologie du cinéma et de ses publics*, Paris, Armand Colin.
- FERRO M., 1986 [1974]. « Le film, une contre-analyse de la société ? » in Le Goff J. et Nora P. (dir.), *Faire de l'histoire*, Paris, Gallimard.
- FITOUSSI J.-P. & ROSANVALLON P., 1996. *Le nouvel âge des inégalités*, Paris, Seuil.
- GOLDMANN A., 1974. *Cinéma et société moderne*, Paris, Gonthier.
- GOLDMANN A., 1992. « Dépasser le stade de l'interprétation », in *Cinéma et histoire autour de Marc Ferro*, Paris, *CinémAction*, 65.
- GURIEV S. & RACHINSKY A., 2005. « The Role of Oligarchs in Russian Capitalism », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 19, n° 1, p. 131-150.
- HEINICH N., 1996. *Etats de femmes. L'identité féminine dans la fiction occidentale*, Paris, Gallimard.
- HENNIS W., 1996. *La problématique de Max Weber*, Paris, PUF.
- HOFFMAN D. E., 2002. *The Oligarchs. Wealth and Power in the New Russia*, New York, Public Affairs.
- KRACAUER S., 1973. *De Caligari à Hitler : une histoire psychologique du cinéma allemand*, Lausanne, L'Age d'Homme.
- MARESCA S., 1996. *La photographie, un miroir des sciences sociales*, Paris, L'Harmattan.
- MENDRAS M., 2003. *Comment fonctionne la Russie ? Le politique, le bureaucrate et l'oligarque*, Paris, Autrement.
- RADVANYI J., 2004, *La nouvelle Russie*, Paris, Armand Colin.
- VOLKOV V., 2002. *Violent Entrepreneurs: The Use of Force in the Making of Russian Capitalism*, Ithaca, New York, Cornell University Press.
- WEBER M., 1992 [1904-1917]. *Essais sur la théorie de la science*, Paris, Presses Pocket.

S'ENGAGER DANS UNE CARRIÈRE ENTREPRENEURIALE

Des créateurs d'entreprises aux architectes, les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre

Résumé

Face à l'extension de l'injonction à devenir entrepreneur de soi-même portée par l'idéologie néolibérale depuis les années 1980, il est nécessaire de construire une approche sociologique de l'entrepreneuriat. Loin de se limiter à une rationalité de type instrumentale comme le laisse penser une partie de la littérature économique, l'acte d'entreprendre apparaît irréductible à une seule logique d'action et nécessite une approche combinatoire pour l'éclairer. On observe ainsi que créer son entreprise renvoie à une pluralité de registres dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective). Cependant, seul le dernier registre d'une éthique entrepreneuriale guidée par une volonté commune à tous de « contrôler leur destin » permet de faire le lien entre l'ensemble des motifs de leur engagement.

Mots-clés : Entrepreneuriat, entrepreneur, éthique, engagement, carrière, logiques d'action, création d'entreprise, génération, profession, architecte, architecture, HMONP

COMMITTING TO AN ENTREPRENEURIAL CAREER

From business creators to architects, the logics of action at work in the act of entrepreneurship

Abstract

The extension of the injunction to become self-entrepreneurs promoted by neoliberal ideology since the 1980s, calls for a sociological approach to entrepreneurship. Far from being limited to instrumental rationality, as some economic literature would have us believe, the act of entrepreneurship appears irreducible to a single logic of action, and requires a combinatorial approach to shed light on it. We can see that setting up a business refers to a plurality of registers, the main ones being access to social status (integration logic), maximizing resources (strategic logic) and realize oneself as a subject (subjective logic). However, only the last register of an entrepreneurial ethic guided by a common desire to "control their destiny", that links all the motives for their involvement.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneur, ethics, involvement, career, logics of action, business creation, generation, profession, architect, architecture, HMONP
