

L'entrepreneur socialisé : traits actuels du créateur d'une petite entreprise

Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis¹
Université du Littoral-Côte d'Opale

L'entrepreneur a-t-il besoin de l'État pour exister ? La question mérite d'être posée au regard de la multiplication, depuis ces vingt dernières années, des mesures et des institutions destinées à soutenir l'initiative individuelle. L'histoire économique, mais aussi la théorie économique, nous enseignent que l'entrepreneur est le moteur du progrès technique et de la richesse des nations. Des noms d'entrepreneurs, personnalités hors du commun, sont restés dans l'histoire, synonymes de ce dynamisme, et dont les exploits passés servent à alimenter la légende de l'entrepreneur².

Les années qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale avaient été celles de la grande entreprise managériale et de la salarisation de masse. La petite entreprise et l'entrepreneur individuel étaient considérés comme une espèce en voie de disparition. La période des mouvements poujadistes, ceux qui faisaient vibrer le petit patronat français dans les années 1960, semble à jamais révolue. Aujourd'hui le créateur d'entreprise est promu au rang de faiseur de rêve pour les nouvelles générations et il est de nouveau hissé au premier rang des indicateurs de croissance et de prospérité économiques. L'État construit et complète un dispositif réglementaire et financier favorable à la petite entreprise et, de l'autre côté, soigne l'image de son fondateur ou de son reprenneur.

Dans ce texte nous développerons une analyse de l'entrepreneur en termes de rôles et de fonctions économiques : l'entrepreneur est un agent économique qui a une fonction selon la place qu'il occupe dans la division sociale du travail, laquelle se complexifie et s'approfondit à

mesure que les technologies et les savoirs progressent. La fonction principale de l'entrepreneur dans l'économie capitaliste n'est-elle pas de contribuer à la création et, surtout, à la diffusion de technologies et de marchandises nouvelles ?

La fonction entrepreneuriale s'inscrit dans le contexte de socialisation irréversible de l'économie par le marché. L'entrepreneur contemporain n'est plus l'entrepreneur héroïque du temps des révolutions industrielles. Il est socialisé et se décline en entrepreneur technologique, entrepreneur de proximité, entrepreneur traditionnel.

L'industrialisation ayant favorisé une croissance de la taille des entreprises (concentration du capital), et donc une division du travail toujours plus fine (et une multiplication corrélative des statuts économiques et sociaux des individus), le rôle de l'entrepreneur est de contribuer à la reproduction sur une échelle élargie de l'économie. La fonction entrepreneuriale s'inscrit dans ce contexte de socialisation irréversible et croissante de l'économie par le marché. Mais à mesure que l'économie se socialise et se complexifie (tout – l'acte et l'objet – devenant marché, rapport marchand et marchandise), différents

types d'entrepreneurs (socialisés) peuvent être distingués, selon leur contribution au développement desdits rapports marchands.

Entrepreneur et socialisation de l'économie

Depuis le XIX^e siècle, nombre d'économistes avaient mis en évidence la tendance à la concentration et au gigantisme industriels. Ils ont constaté que la taille des entreprises augmente (elles emploient de plus en plus de salariés et immobilisent des capitaux en quantité de plus en plus importante) et que les marchés sont contrôlés par un nombre de plus en plus réduit de grandes entreprises. K. Marx, en 1857³, avait posé la question de la structuration monopolistique de l'économie. Par la suite, les

auteurs marxistes avaient imaginé que le capitalisme se collectivisait lui-même (en raison de la domination des sociétés anonymes) ; il ne restait plus qu'à régler la question politique...

Entrepreneur et concentration du capital

Marx, de son côté, n'avait pas été aussi loin, et s'était interrogé sur l'articulation entre grandes et petites entreprises. Il a expliqué en substance, à travers le concept d'«armée industrielle de réserve», que les petites entreprises pouvaient opérer comme une soupape de sécurité en absorbant le surnombre des salariés rejeté par les grandes entreprises.

Près d'un siècle plus tard, en 1942, J. Schumpeter⁴, en pleine Seconde Guerre mondiale, déclare que Marx avait raison et que le capitalisme ne peut survivre ! Son raisonnement s'appuie sur la disparition probable de l'entrepreneur remplacé par l'organisation, bureaucratique et routinière, de la grande entreprise. Dans ces conditions, non seulement les opportunités de création d'entreprises disparaissent, mais aussi et surtout l'économique. Les affaires ne constituent plus pour les individus avides de sensations fortes un terrain d'aventure et d'expériences professionnelles nouveau. C'est un petit peu comme si le monde économique s'était soudainement figé. Les années qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale semblaient bien lui donner raison : le capitalisme managérial était tout puissant, le manager avait détrôné l'actionnaire et le petit entrepreneur, comme l'attesteront les thèses sur la «technostructure» de J. K. Galbraith⁵ et sur la «main visible des managers» de A. Chandler⁶.

Au début des années 1980, alors que la croissance économique s'essouffle, que le chômage augmente dans les pays industrialisés et que la misère et la famine frappent (à l'aide des plans d'ajustement structurels du FMI) les pays en développement, l'idée de la petite entreprise «qui ne connaît pas la crise» réapparaît alimentée, sur le plan théorique, par les écrits de J.-B. Say⁷, de J. Schumpeter, pas celui de 1942, mais celui de 1912 qui plaçait l'entrepreneur au cœur de la dynamique de l'accumulation⁸, mais aussi sur A. Marshall⁹ qui avait élaboré au début du XX^e siècle une espèce de cohabitation (de partage des marchés) entre grandes et petites entreprises. Les premières étaient routinières et vouées à la production de masse ; dirigées par une équipe de managers, elles étaient la propriété d'un nombre impres-

sionnant d'actionnaires. Les secondes étaient plus souples dans leur fonctionnement, plus innovantes également, et se plaçaient sur des segments précis de production délaissés pour des raisons techniques et économiques par les grandes entreprises. Ces petites entités de production sont dirigées par leur fondateur, l'entrepreneur individuel.

Le raisonnement de Marshall, qui avait donc été oublié pendant les années de croissance d'après-guerre, fait de nouveau l'objet de la curiosité des économistes. Certains soutiennent, sans précaution, la thèse inverse en annonçant que l'avenir appartient à la petite entreprise et que, par conséquent, la grande entreprise est condamnée à disparaître¹⁰. Mais, dans un sens comme dans l'autre, il faut à nos yeux éviter ce type de raisonnement qui consiste à faire se prolonger une tendance dans l'avenir, sans prendre en cause l'influence de paramètres multiples susceptibles de l'influencer, de faire varier sa trajectoire et même de la renverser. Et, s'il faut lire avec circonspection les écrits de J. Schumpeter, il faut cependant garder à l'esprit l'une de ses répliques bien connues : «non seulement le capitalisme n'est jamais stationnaire, mais il ne peut jamais le devenir¹¹». Ce qui signifie, en d'autres termes, que le capitalisme est un système socio-économique qui a fait du changement une norme de comportement.

L'histoire récente montre bien que les grandes entreprises n'ont pas disparu, mais aussi qu'elles multiplient les accords de coopération, elles fusionnent, elles absorbent les plus vulnérables... Ce qui inaugure la création, dans un avenir proche, d'entreprises de taille mondiale de plus en plus importantes. Pourtant, la mondialisation des capacités productives, commerciales et financières des entreprises n'a pas entravé la création de petites entreprises. Au contraire.

Entrepreneur, socialisation et réseaux

Fondements théoriques

De grands pays industriels comme les États-Unis et le Japon avaient, dès les années 1950, mis sur pied des mesures et créé des institutions destinées à soutenir l'initiative individuelle et la création d'entreprises, tant pour des raisons économiques (maintenir la concurrence) que pour des raisons politiques (protéger la démocratie en évitant la formation d'entreprises monopolistiques). L'État français a attendu la fin des années 1970, c'est-à-dire que la crise économique s'intensifie, pour prendre

des mesures de soutien à la création d'entreprises et à leur insertion dans l'économie nationale. Aux yeux des politiques, les petites entreprises sont dotées de qualités devenues inestimables : elles innovent et créent des emplois.

Pour tenter de comprendre ce phénomène en apparence contradictoire, il convient, selon nous, de prendre du recul et mettre en évidence un élément commun au capitalisme, quelle que soit la période considérée, qu'il s'agisse d'aujourd'hui, d'il y a vingt, quarante ou deux cents ans. En relisant les grands classiques de l'économie politique, en premier lieu A. Smith¹², que constatons-nous ? Lorsque ce dernier cherche à expliquer les avantages qu'entraîne l'invention de la monnaie sur l'économie de troc, il montre qu'il est très difficile de trouver deux coéchangistes dont les désirs d'échange correspondent exactement. L'usage de la monnaie permet de décaler dans le temps l'échange de marchandises. Or derrière la monnaie, il n'y a pas seulement une relation d'équivalence entre une quantité de biens et une quantité de monnaie, il y a aussi (et surtout) une organisation économique, des rapports de pouvoir, un État, en bref une organisation sociale au sens large du terme.

Près d'un siècle plus tard, K. Marx, en élaborant aussi une réflexion sur la genèse de la monnaie, fera un raisonnement comparable pour montrer que la multiplication des échanges, consécutive à l'usage de la monnaie, a tendance à tout réduire à l'état de marchandise et à accroître la division du travail. D'où le concept de « travailleur collectif » qui montre précisément que l'activité économique, en entraînant la multiplication des échanges marchands, favorise sa socialisation : division du travail dans l'entreprise et entre les entreprises, séparation de la propriété des entreprises (actionnaires) de leur gestion (managers), emboîtement de la production et des services, etc. C'est donc ce processus de socialisation que nous souhaitons mettre en évidence ici et qui sera la base de notre démonstration ultérieure.

L'entrepreneur individuel, même doté d'une immense fortune, ne peut faire face aux besoins en capital de l'industrialisation. En revanche, la S. A. et le marché financier y pourvoient. La machine (machine-outil ou ordinateur) décuple la productivité du salarié. Mais cette machine (et/ou le savoir scientifique, technique, commercial, etc.) est, elle-même, le résultat d'un travail. Elle a été conçue, fabriquée, expérimentée, commercialisée par une organisation, par une entreprise. L'économie se présente tel un gigantesque puzzle où les éléments (ici

les fonctions économiques) s'imbriquent les uns dans les autres. Dans les années 1930, lorsque R. Coase¹³ pose la question « Pourquoi la firme existe-t-elle? », il y apporte une réponse de même nature. La firme existe parce qu'elle permet d'endogénéiser les relations marchandes. L'organisation (c'est-à-dire l'entreprise) se substitue au marché. Ce faisant Coase apporte aussi une explication fondée sur la croissance des entreprises, remettant en cause l'hypothèse d'atomicité du marché, base du modèle néoclassique de la concurrence pure et parfaite.

Or, c'est cette idée toute simple dans son principe que l'on semble redécouvrir sous un autre terme depuis quelques années : l'économie (ou la société) des réseaux. Prenant appui sur des travaux en psychologie sociale de l'Américain J. L. Moreno¹⁴ et sur le développement des moyens télématiques de communication, les économistes, les sociologues, mais aussi les géographes, les anthropologues ou les politologues ne parlent plus que du réseau. Pour ce qui concerne l'économie, le réseau se superpose sur la loi de l'offre et de la demande. En effet, pour que cette loi puisse fonctionner, il faut que s'établissent des relations de confiance entre les agents économiques. Ainsi derrière la fixation du cours d'un titre en Bourse, il y a des relations interpersonnelles qui influencent son évolution dans un sens ou dans un autre. Mais est-ce qu'il en fut dans l'histoire autrement ?

Derrière des agrégats, derrière des mécanismes mis en évidence par l'analyse macroéconomique, il y a toujours (et il y a toujours eu) des entreprises, des hommes et des femmes. La lecture des biographies de quelques grands entrepreneurs ou banquiers, mais également la lecture de romans de Balzac ou de Zola au XIX^e siècle ou, plus près de nous, du *Bûcher des vanités* de Tom Wolfe, montre clairement ce qu'il y a parfois de sordide derrière les mécanismes économiques. On pourrait objecter que l'analyse en termes de réseaux permet précisément de montrer ce qu'il y a d'humain et de social (de relationnel) derrière la froideur des mécanismes économiques. Mais en fut-il jamais autrement ?

Le réseau ?

Le terme « réseau » est également utilisé par les économistes, les sociologues, mais aussi les gestionnaires dans un sens un peu différent, tout particulièrement lorsqu'il s'agit d'expliquer le processus conduisant à la création d'entreprise. Pour créer son entreprise, il convient d'avoir un réseau pour trouver une clientèle, des financiers, de

bons salariés, des associés peut-être, en bref de disposer de la bonne et abondante information pour trouver des fonds, des marchés ou bien encore pour tirer profit au bon moment d'une évolution technologique (que ce soit l'automobile, l'informatique, l'acier ou les biotechnologies, peu importe. Chaque époque a ses technologies de pointe !). D'ailleurs, l'économiste libéral I. Kirzner¹⁵ ne l'avait-il pas montré en énonçant la théorie de la vigilance, qui consiste à expliquer que l'entrepreneur doit être à l'affût du monde pour en saisir les opportunités? Mais si nous revenons à la biographie des grands entrepreneurs, de ceux que nous nommons des entrepreneurs héroïques, nous constatons que la constitution d'un réseau de relations de diverses natures a toujours été à la base de la réussite entrepreneuriale. La famille, bien évidemment, joue un rôle fondamental, parce qu'elle est le premier lien entre l'individu et la société, et surtout parce que la famille peut apporter des moyens financiers, de la main-d'œuvre et des marchés. L'État a, de l'autre côté, fait les grands noms, tels Renault, Citroën, Ford ou Honda. Les marchés publics, la guerre ou encore la préparation de celle-ci, ainsi que la réparation de ses dégâts leur ont été très profitables.

Nous définissons l'entrepreneur en tant que fonction sociale. Aujourd'hui, la création d'entreprise s'inscrit dans le cadre défini par les stratégies d'externalisation des grandes entreprises et, bien sûr, par les mesures de politique économique prises par l'État. D'où l'expression d'entrepreneur socialisé.

Mais revenons à notre raisonnement. Notre raisonnement se présente de la façon suivante : nous définissons l'entrepreneur en tant que fonction sociale. L'entrepreneur est certes un individu, mais celui-ci a un rôle dans l'économie en fonction de la place qu'il occupe dans la société, prise au sens large du terme, c'est-à-dire selon la place que l'individu occupe dans la division sociale du travail. Bien évidemment, en apparence, les choses ne se présentent pas de cette façon. L'individu est persuadé qu'il agit de son propre chef, d'autant qu'il appartient à une société qui a placé au plus haut niveau l'initiative individuelle et la réussite personnelle. Mais au travers d'une grille de lecture théorique, on constate que le comportement de tel ou tel type d'individu obéit à certaines règles qui sont déterminées par la règle du jeu économique (loi du marché, concurrence, enrichissement personnel, etc.). Or le contexte économique dans lequel

s'inscrit l'individu, s'il obéit toujours aux mêmes règles de fonctionnement énoncées, se complexifie. Les relations marchandes se multipliant, la division du travail ne touche pas seulement la fabrication, mais touche aussi de plus en plus des activités intellectuelles. Les moyens de financement s'affinent aussi : de nouveaux moyens et méthodes de financement apparaissent. Les financiers à titre individuel ou pour le compte d'autres individus ou organisations jonglent habilement avec les cours des titres et des monnaies. Cet ensemble n'est pas laissé à la volatilité du marché. L'État y occupe une place importante, puisque par les mesures qu'il va prendre, il va chercher à orienter les décisions des agents économiques, ce que les économistes libéraux dénoncent. En particulier, M. Friedman¹⁶ critique une politique de dépenses publiques qui, par l'effet d'éviction qu'elle provoque, influence négativement les décisions des agents économiques.

L'État va donc en quelque sorte canaliser le marché à la fois pour atténuer les distorsions en matière d'accumulation, mais aussi pour pousser la croissance économique. Depuis la Seconde Guerre mondiale et l'affirmation des principes keynésiens, les modalités d'intervention de l'État dans l'économie se sont renforcées, même si elles se sont adaptées aux exigences du profit. En dépit de la résurgence des modalités libérales de gestion de l'économie, qu'il s'agisse de créer une demande solvable ou d'aider les entreprises à innover ou à embaucher, dans son principe, l'intervention de l'État n'est guère remise en question. En revanche, ce qui a changé, c'est l'objectif : ou la demande, ou l'offre. Opposer en ce sens la théorie keynésienne, d'une part, et la théorie de la croissance endogène, d'autre part, est riche d'enseignements.

Or l'État a précisé dans son objectif, depuis une vingtaine d'années, l'entrepreneur et la création d'entreprises. Cet intérêt témoigne de préoccupations touchant au renouvellement du système productif. L'entrepreneur doit apporter des idées et des pratiques productives et organisationnelles nouvelles et doit permettre la création d'emplois, puisque les grandes entreprises, en raison d'un nouveau mode de fonctionnement (à la fois plus décentralisé et plus automatisé) ne sont plus à même de créer des emplois (salariés), comme elles l'ont fait massivement pendant les deux décennies qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale. Tous les États cherchent dans ces conditions à créer un mouvement de va-et-vient entre le salariat et le travail indépendant lui permettant de se soustraire de ses obligations sociales (en termes de prestations de chômage notamment). Dans

ce cadre, la création d'entreprise tend à se simplifier à l'image de ce qui se passe en Grande-Bretagne où l'on peut créer une entreprise en 24 heures. En France, des mesures ont été prises récemment pour alléger les démarches administratives. Il n'y a plus qu'un seul guichet pour recevoir les documents nécessaires à la création d'une entreprise.

La création d'entreprise est (paradoxalement ?) une affaire d'État, pour reprendre le titre d'un article paru dans le journal patronal *Les Échos* du 11 avril 2000, où la secrétaire d'État aux PME, au commerce et à la consommation se posait la même question. L'entrepreneur contemporain n'a d'existence que par rapport à l'ensemble auquel il appartient. La création d'entreprise s'inscrit dans le cadre défini par les stratégies de sous-traitance, de partenariat et d'externalisation des grandes entreprises et, bien sûr, par les mesures de politique économique prises par l'État. D'où l'expression d'entrepreneur socialisé que nous avons tenté d'élaborer afin de bien montrer que l'entrepreneur existe en fonction des besoins de l'économie et, plus encore, en fonction des objectifs poursuivis par les agents dominants du système productif : l'État et les grandes entreprises.

Différents types d'entrepreneurs socialisés pour des fonctions économiques différentes

L'entrepreneur socialisé, celui qui agit dans le contexte de socialisation de l'économie précédemment décrit, n'est pas unique. Il se décline selon différents modes. Nous en avons défini trois en fonction de la place qu'ils occupent dans l'économie, et plus particulièrement dans la division sociale du travail.

L'entrepreneur technologique opère dans le domaine de la valorisation d'un savoir scientifique et technique de haut niveau et de la commercialisation d'un ensemble de ses dérivés. Il est une sorte d'intermédiaire entre la science et la production. Il participe ainsi à l'élévation des forces de production.

L'entrepreneur de proximité a pour fonction de recréer un lien social là où il a été mis à mal par le reflux du salariat. La création d'entreprise est motivée par les marchés locaux de services ou d'artisanat qui se développent pour satisfaire des besoins autrefois comblés par la famille ou les services publics.

L'entrepreneur traditionnel est celui qui existe de tout temps. Commerçant de quartier, prestataire de services à la personne, petit artisanat dans l'agroalimentaire ou l'habillement. Il peut aussi refaçonner la tradition tirant profit de l'aménagement du temps de travail, qui offre par moments plus de temps libre aux salariés, et de la solvabilité de certains segments du marché due à l'accroissement des inégalités des revenus au sein des classes moyennes et à un certain attrait depuis quelque temps pour les produits naturels et une certaine forme de qualité de vie (produits « naturels », « culturels », « locaux », etc.). Nous rangeons dans cette catégorie aussi les sous-traitants de capacité des grandes entreprises et des franchisés, pour qui le risque de marché, la technicité et la commercialisation de leur production sont soumis à des stratégies et des normes définies par des entreprises plus grandes.

L'entrepreneur technologique

L'entrepreneur technologique est généralement hautement diplômé et il cherche à tirer profit des opportunités qu'offrent les technologies nouvelles. La micro-informatique au début des années 1980, l'Internet aujourd'hui, l'entrepreneur technologique est à l'affût du progrès technique pour l'orienter vers des marchés encore inexploités : création d'une entreprise de commerce sur Internet pour satisfaire les amateurs de livres historiques, les collectionneurs de timbres, pour brader les billets d'avion ou les produits électroménagers, rien de fondamentalement nouveau. Le principe de base reste toujours le commerce (qui d'après Von Hayek serait bien plus ancien que l'agriculture). Mais ce qui est nouveau, c'est le service qui est apporté et l'application de combinaisons nouvelles de savoirs et des techniques d'information.

L'entrepreneur technologique peut également exercer une activité productive, en concevant des logiciels ou du matériel de précision. Dans ce cas, il y a de fortes chances pour que son entreprise se situe dans une technopole à l'image de la Silicon Valley californienne. Il y aurait en Europe plusieurs dizaines de technopoles, mais seulement une dizaine de taille relativement importante, comparable à celles des États-Unis. Les technologies relient entreprises (grandes et petites) et recherche, illustrant en cela la fameuse formule de J-B. Say, qui définissait l'entrepreneur comme une espèce d'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie. L'entrepreneur technologique est en ceci celui qui fait les beaux jours des théoriciens de

l'économie (Say, Schumpeter, Kirzner, Gilder...), celui qui «révolutionne l'économie».

La technopole apporte également à l'entrepreneur un soutien administratif, des infrastructures logistiques et les moyens d'accéder à des sources de financement et de conseil (les banquiers, les financiers du capital-risque ou encore les fameux «*business angels*»), le problème majeur étant de trouver des individus intéressés par vos idées pour y risquer des fonds. La multiplication des investisseurs dans le cadre d'une société de capital-risque permet précisément pour chaque investisseur d'atténuer les conséquences négatives en cas de faillite, vieux principe de la loi des grands nombres. Mais alors que ses opérations se faisaient aux premiers âges de l'industrie de façon plus fortuite et informelle, la socialisation de plus en plus poussée de l'activité économique et la généralisation des rapports marchands ont conduit à créer un cadre et une procédure institutionnelle propices à l'épanouissement de l'initiative entrepreneuriale «révolutionnaire». L'histoire des grandes inventions, de la photographie au cinéma, en passant par l'automobile et l'avion, regorge de rencontres entre entrepreneurs, mues par la «logique du garage» et de grands financiers qui avaient une foi très forte dans les bienfaits (en progrès et en profit) que la technologie pouvait apporter.

Mais encore plus que dans le passé, ce sont très souvent les grandes entreprises qui en créent de petites. Les pratiques de l'essaimage ou de l'intrapreneuriat peuvent s'inscrire dans des stratégies d'externalisation des grandes entreprises qui cherchent non véritablement à confier au marché ce qu'elles produisaient elles-mêmes, mais à le faire fabriquer par des entreprises juridiquement indépendantes. Cela permet aux grandes entreprises de s'alléger d'éventuels problèmes susceptibles de survenir, même si par ailleurs il a été montré que les petites entreprises qui appartiennent à un groupe sont plus performantes que celles qui sont indépendantes. Par exemple, l'essentiel des dépenses de recherche et développement (R&D) réalisées par les PMI en France est le fait de filiales de groupe. Les PMI indépendantes ne réalisent que 2 % de ces dépenses¹⁷. Dans ces conditions, l'initiative individuelle est canalisée par les exigences de la grande entreprise et non par la contrainte directe du marché.

La socialisation de la fonction entrepreneuriale transparaît également par la place de plus en plus importante qui est donnée à l'enseignement. Les grandes écoles de

commerce, les écoles d'ingénieurs et les universités poussent leurs diplômés vers la création d'entreprise, alors qu'autrefois leur voie était toute tracée, soit dans l'administration, soit dans une grande entreprise. Des diplômés de haut niveau spécialisés dans la création d'entreprise sont également créés pour orienter les individus vers l'entrepreneuriat¹⁸.

L'entrepreneur de proximité

Le chômage de longue durée, les problèmes de la petite enfance, des personnes malades, âgées ou handicapées, la réinsertion professionnelle de personnes en difficultés, le recyclage des déchets sont autant de besoins qui constituent pour l'entrepreneur de proximité des opportunités de création d'entreprise. Le point commun de ces activités est qu'elles s'inscrivent dans le vide laissé par le reflux du salariat et par la marchandisation tous azimuts des besoins humains, y compris de ceux des catégories les plus vulnérables de la population. Les entrepreneurs de proximité sont des personnes moyennement diplômées (Bac +2 ou +3) ou disposant d'une expérience professionnelle dans le domaine de l'activité considérée. La création d'entreprise dans ces domaines est guidée par des structures différentes sans points communs avec celles du capital-risque ou des technopoles, par exemple. La création de ces entreprises est généralement soutenue par des associations d'aide à la création qui apportent, selon les cas, moyens de financement et soutien logistique (montage du dossier, études de marché, etc.).

Ce sont des entreprises de proximité parce qu'elles se limitent à un marché local, à une demande bien ciblée. Il s'agit ici aussi en règle générale de la vente d'un service qui autrefois pouvait être réalisée au sein de la cellule familiale au sens élargi du terme. Mais l'éclatement de la famille, l'éloignement physique entre les plus âgés et les plus jeunes, entre le lieu de travail et le lieu d'habitation, ont entraîné l'apparition de nouveaux besoins qui seront satisfaits non plus de façon informelle au sein de la famille, mais par une organisation extérieure, par une entreprise. De la livraison d'un repas à domicile, de l'organisation de fêtes, de la garde des enfants... la liste est longue des activités qui peuvent donner lieu à la création d'une entreprise. L'aménagement du temps de travail, le chômage, le temps libre sont également à l'origine de création d'entreprises dans ce domaine.

Par ailleurs, si la création d'entreprise dans les services aux personnes permet de répondre à des besoins non

satisfaits ni par la famille ni par l'État providence, elle constitue souvent pour le créateur lui-même le moyen de sortir d'une situation précaire, parfois de chômage de longue durée. La création d'une entreprise dans ces domaines s'inscrit dans la continuité du processus de socialisation décrit plus haut. En d'autres termes, le marché et l'entreprise prennent en charge des besoins qui pour la plupart étaient du ressort de la sphère familiale ; ce qui constitue une sorte de poursuite du mouvement d'ouverture de nouveaux marchés dans les actes les plus élémentaires de l'individu : l'alimentation, le transport, les loisirs, la santé et l'éducation. C'est en cela que ces entrepreneurs innover.

L'entrepreneur traditionnel

L'entrepreneur traditionnel actuel est généralement peu diplômé, mais il a des compétences professionnelles spécifiques (acquises par le système de formation et de stages pratiques ou encore par l'expérience d'un métier antérieur). Nous rencontrons aussi certains individus diplômés qui, faute d'embauche, sont contraints de créer leur petite entreprise. Cet entrepreneur exerce son activité dans des secteurs tels que le commerce de détail, le petit artisanat de quartier (boulangeries, boucheries, coiffeurs, etc.), l'artisanat de « beaux quartiers » (fabrication et préparation à la commande : jouets, vêtements, produits du terroir, etc.), la réparation et l'entretien (plombiers, peintres en bâtiment, électriciens, etc.). Certains d'entre eux peuvent faire preuve d'innovation soit en se remettant à la franchise ou à la sous-traitance (auprès d'une grande entreprise ou d'une administration), soit en entrant dans la toile d'Internet. Ils peuvent rejoindre ainsi l'entrepreneur technologique en se servant des compétences des entreprises de la « nouvelle économie ». Dans ce cas, la jonction de l'entrepreneur avec les grands réseaux d'innovation sera réalisée, mais celui-ci doit augmenter et diversifier très rapidement sa production, ce qui exige des capitaux nouveaux, des compétences nouvelles et un agrandissement sans faille de son entreprise, processus difficile à réaliser à défaut d'innover et de rechercher des appuis nouveaux.

Bien évidemment se pose également la question de la propriété du capital et du contrôle stratégique de l'entreprise. Nombre de ces petits entrepreneurs, franchisés ou sous-traitants font partie de l'espace stratégique d'une grande entreprise. L'entrepreneur est pris en main par une organisation qui le forme, le familiarise avec les techniques de gestion et les technologies de production,

qui lui offre un marché ou une enseigne, mais qui lui impose ses normes de production et de commercialisation (cadences, qualité, délais, agencement, etc.).

L'entrepreneur traditionnel peut exercer son activité, avons-nous dit, dans des secteurs à forte valeur ajoutée et surtout dans des activités nouvelles, même s'il s'agit des activités liées au temps libre (tourisme, sport, jeux, etc.), c'est-à-dire des activités qui se développent régulièrement depuis les années 1960 et qui doivent prendre une plus grande ampleur dans les années à venir en raison du « travail à la carte » et des efforts des collectivités territoriales en matière de valorisation culturelle et touristique. Dans ces conditions, le moulin de Maître Cornille, qui périt avec son maître et le triomphe de la minoterie, peut à nouveau prospérer. Le moulin deviendra un haut lieu touristique et d'apprentissage, et les visiteurs emporteront de la farine « naturelle » obtenue à partir du blé moulu par le moulin qui bouge avec « la respiration du bon dieu », pour reprendre la formule d'Alphonse Daudet dans ses *Lettres de mon moulin*.

Conclusion

L'entrepreneur technologique est en général celui auquel on pense à la lecture des écrits de Say ou de Schumpeter. Il innove et participe à la diffusion des savoirs de haut niveau. Dans une période de renouvellement rapide des technologies, où le cycle de vie des produits est de plus en plus court, l'entrepreneur technologique cherche moins à durer qu'à céder au plus offrant et le plus rapidement possible une entreprise dont la valeur marchande va forcément se déprécier à court terme. Il doit alors innover et trouver des capitaux, introduire son entreprise en bourse, s'associer, se vendre. Il n'en est pas de même en revanche pour les deux autres types d'entrepreneurs, qui cherchent au contraire à durer ; leur emploi et leur revenu en dépendent. La fonction économique principale est, pour le premier, de marchandiser les services autrefois fournis gratuitement par la famille. C'est dans ce sens que ce type d'entrepreneur innove : il invente de nouvelles pratiques sociales et de nouveaux liens sociaux

L'entrepreneur contemporain n'est pas seulement l'entrepreneur innovateur au sens schumpeterien du terme, la petite entreprise (au sens de Marx et de Marshall) accompagne le développement du capitalisme de la grande industrie et de la grande finance.

et renforce encore plus la socialisation par le marché de l'économie. La création de ce type d'entreprise s'inscrit généralement dans le cadre d'une politique d'emploi et de réinsertion professionnelle, où les associations de toute nature et l'État jouent un rôle fondamental.

Enfin, le profil de l'entrepreneur traditionnel correspond à l'entrepreneur type dont P. Pujade dénonçait la disparition dans les années 1950-1960. Mais cette catégorie d'entrepreneur se diversifie aussi. La tradition se modernise ! Nombre de commerçants et d'artisans (proactifs)

adoptent les nouvelles technologies d'information et de communication. Ils sont alors à l'affût de l'évolution de nouveaux besoins solvables. Mais comme l'entrepreneur de proximité, l'entrepreneur traditionnel cherche à s'inscrire dans la durée. Son objectif n'est pas de revendre son entreprise dès qu'elle a fait ses preuves. Au contraire, c'est à ce moment que l'entreprise peut (s'il s'agit d'une entreprise autonome) s'inscrire dans une logique patrimoniale.

Le tableau 1 résume les grandes idées que nous défendons dans ce texte.

Tableau 1. Types d'entrepreneurs actuels et fonctions économiques

Type d'entrepreneur	Caractéristiques majeures par rapport à la marchandisation d'un savoir ou d'un besoin	Fonction économique
Entrepreneur technologique	<p>Hautement diplômé, connaissances scientifiques et techniques de haut niveau;</p> <p>Innovateur, cherche à tirer profit de l'évolution des savoirs pour en faire des marchandises (technologies);</p> <p>L'objectif est moins de durer et davantage de créer une marchandise nouvelle, un marché nouveau, un besoin nouveau. Certaines de ces entreprises peuvent avoir une haute valeur marchande.</p>	<p>Renouvellement et diffusion du savoir technologique;</p> <p>Rapports étroits avec les grandes organisations productives et financières par le biais des politiques d'externalisation, de financement des investissements et d'innovation;</p> <p>Partie intégrante d'une politique locale d'aménagement du territoire (pépinières, technopoles).</p>
Entrepreneur de proximité	<p>Peu ou pas diplômé ;</p> <p>Prestation d'un service (et parfois vente d'un bien) autrefois assurée dans le cadre familial ou personnel;</p> <p>L'objectif de la durée est recherché, l'entrepreneur étant le plus souvent créateur de son emploi. Entreprises à faible valeur marchande.</p>	<p>Conséquence de la désalarisation, prise en charge des populations socialement vulnérables;</p> <p>Partie intégrante d'une politique de réinsertion sociale;</p> <p>Lié aux politiques d'aménagement social urbain.</p>
<p>Entrepreneur traditionnel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réactif • Proactif 	<p>Peu diplômé, diplôme professionnel ou expérience professionnelle (réactif);</p> <p>Diplômé, souvent hétéroemployé (exerçant une activité autre que celle pour laquelle il a été formé), il adopte les nouvelles technologies et les utilise pour étendre son marché (proactif).</p>	<p>Peut faire partie d'une politique de réaménagement des sociétés et microsociétés urbaines;</p> <p>Accompagne les politiques de revalorisation d'une région, d'une ville, d'un territoire d'un point de vue culturel, touristique et ludique.</p>

L'entrepreneur contemporain n'est pas seulement l'entrepreneur innovateur au sens schumpeterien du terme (même si l'entrepreneur technologique de la « nouvelle économie » acquiert, par le discours politique, tous ses attributs), sans perdre de vue l'idée que la petite entreprise (au sens de Marx et de Marshall) accompagne le développement du capitalisme de la grande industrie et de la grande finance. Notre propos était de montrer que la fonction entrepreneuriale s'inscrit dans un cadre social précis. Le rôle de l'État est donc dans ce domaine fondamental pour orienter les comportements. Mais l'explosion des technologies nouvelles de l'information et de la communication et des marchés financiers (qui doivent apporter de nouveaux moyens financiers à la création d'entreprises) pourrait bien se révéler être un facteur de crise et de déstabilisation de l'économie, alors que le nombre de spéculateurs dans Internet augmente. L'activité de ces entrepreneurs rentiers peut se résumer à ces trois verbes : misez, cliquez, récoltez ! ■

Notes et références

- 1 Sophie Boutillier et Dimitri Uzunidis sont maîtres de conférences en économie à l'Université du Littoral-Côte d'Opale, au Laboratoire redéploiement industriel et innovation, Dunkerque.
- 2 BOUTILLIER, S. et D. UZUNIDIS (1999). *La légende de l'entrepreneur*, Syros, Paris.
- 3 MARX, K. (1968). *Fondements de la critique de l'économie politique*, Anthropos, Paris.
- 4 SCHUMPETER, J. A. (1979). *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, Paris.
- 5 GALBRAITH J. K. (1974). *Le nouvel état industriel* (trad.), Gallimard, Paris.
- 6 CHANDLER, A. D. (1988). *La main visible des managers* (trad.), Economica.
- 7 SAY, J.-B. (1930). *Traité d'économie politique*, Zaller, Paris.
- 8 SCHUMPETER, J. A. (1935). *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, Paris.
- 9 MARSHALL, A. (1906). *Principes d'économie politique*, V. Girard et T. Brière, Paris.
- 10 PIORE, M. J. et C. F. SABEL (1989). *Les chemins de la prospérité*, Hachette, Paris.
- 11 SCHUMPETER, J. A. (1979). *Op. cit.*, note 4.
- 12 SMITH, A. (1976). *Recherches sur les causes de la richesse des nations*, Folio, Gallimard, Paris.
- 13 COASE, R. (1987). « La nature de la firme » (trad.), *Revue française d'économie*, vol. 3, n° 1, Paris.
- 14 MORENO, J. L. (1954). *Fondements de la sociométrie* (trad.), PUF, Paris.
- 15 KIRZNER, I. (1992). *The Meaning of Market Process*, Routledge, New York.
- 16 FRIEDMAN, M. (1976). *Inflation et systèmes monétaires* (trad.), Calmann Lévy, Paris.
- 17 MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE (1999). *L'état des PMI*, SESSI, Paris.
- 18 ACADÉMIE DE L'ENTREPRENEURIAT (1999). *Entrepreneuriat et enseignement : rôle des institutions de formation, programme et outils*, Actes du premier congrès de l'Académie, Lille.