



Création d'entreprises, pauvreté, inégalités, de la société salariale à la société entrepreneuriale

(version provisoire)

Sophie Boutillier, Dimitri Uzinidis

Université du Littoral-Lille Nord de France, Clersé (UMR 8019)

Réseau de recherche sur l'innovation

La création d'entreprises est devenue depuis une trentaine d'années, la pierre angulaire des politiques publiques des pays développés. Elle doit à la fois permettre de créer des emplois, d'innover, lutter contre la pauvreté, réduire les inégalités sociales, restructurer les régions en déclin etc. Le paradigme de la société entrepreneuriale tend ainsi à se substituer à celui de l'économie salariale, qui s'est développée principalement depuis le début des années 1950 jusque la fin des années 1970. Cependant, la création d'entreprise est par nature risquée, tout le monde ne devient pas Rockefeller ou Zuckerberg. Créer son entreprise, pour des milliers d'entrepreneurs aujourd'hui, c'est simplement créer son emploi. Quelles sont les caractéristiques majeures de cette société entrepreneuriale ? Comment se distingue-t-elle de la société salariale qui l'a précédé ? Bien qu'au cœur de la dynamique du capitalisme, l'entrepreneur a relativement peu intéressé les économistes, privilégiant depuis Adam Smith une analyse macroéconomique. Trois économistes-clés ont jalonné la théorie de l'entrepreneur, y apportant chacun un mot-clé : R. Cantillon (prise de risque dans un contexte d'incertitude), J.-B. Say (innovation) et J. A. Schumpeter (innovation et évolution économique). Le contexte historique dans lequel ces théories ont été fondées est primordial. Pour Cantillon (début du 18^e siècle), la révolution industrielle en est à ses balbutiements. Pour Say (début du 19^e siècle), l'industrialisation a pris sa vitesse de croisière pour devenir la norme du développement économique, tout au moins pour une partie du monde. Enfin, pour l'analyse de Schumpeter est primordiale à deux titres, d'une part parce qu'il définit délibérément l'entrepreneur comme le moteur du capitalisme, d'autre part parce qu'elle relie l'évolution du capitalisme à la disparition de l'entrepreneur (développement des grandes entreprises) (Boutillier, Uzinidis, 1995, 1999, 2008, 2009). L'analyse de Schumpeter constitue une transition d'un capitalisme relativement concurrentiel où l'individu prime sur l'organisation, à un capitalisme managérial dominé par de grandes entreprises

A la fin du 20^e siècle cependant, les faits semblent donner tort à Schumpeter puisque non seulement le capitalisme n'a pas disparu (il a même triomphé du socialisme), mais il devient ce qu'il n'était plus : entrepreneurial. La thèse de D. Audretsch (2007) sur la société entrepreneuriale est riche d'enseignements à ce sujet. Contrairement à ce qu'affirmaient Galbraith (1968) et Chandler (1977), l'avenir n'appartient pas qu'aux grandes entreprises. Depuis la fin des années 1970, de petites entreprises innovantes sont nées dans des industries nouvelles dont Apple et Microsoft sont très certainement les emblèmes majeurs. Certes l'hypothèse d'atomicité du marché, chère aux économistes marginalistes, n'est pas vérifiée, mais les gouvernements ont cherché depuis le début des années 1980 à soutenir la création d'entreprises. L'économie des pays développés (et en développement) reste cependant largement dépende de grandes entreprises à l'organisation mondialisée en réseau. A l'entrepreneur héroïque de la révolution industrielle s'est substitué un entrepreneur socialisé. Le premier a émergé de la société féodale et a construit de nouvelles normes économiques. Le second est l'entrepreneur dont la fonction économique est définie entre la politique économique des Etats d'une part et les stratégies de développement des grandes entreprises d'autre part.

Quelles sont les caractéristiques majeures de cette société entrepreneuriale en formation (partie 1) ? Quels sont les caractéristiques qui la distinguent de la société salariale qui s'impose avec le capitalisme managérial (les dirigeants des grandes entreprises – les managers – devenant eux-mêmes des salariés) ? Pour tenter d'apporter des réponses concrètes, nous nous baserons sur l'exemple de l'économie française qui à l'image d'autres pays européens cherche depuis ces trente dernières années à favoriser le développement de l'entrepreneuriat. Dans une économie libéralisée (remise en cause des politiques keynésiennes des années 1950-1970), la création d'un cadre juridique (loi d'initiative économique – 2003 ; loi de modernisation économique – 2008 qui est à l'origine notamment du statut de l'auto-entrepreneur) propice à l'entrepreneuriat a pour fonction d'innover, de créer des emplois ou encore de redynamiser des régions (ou des villes) en déclin économique (partie 2).

I. DE LA SOCIÉTÉ DES ENTREPRENEURS À LA SOCIÉTÉ ENTREPRENEURIALE

Nous concentrons notre analyse sur trois économistes-clés qui ont chacun à leur façon contribué à construire la théorie de l'entrepreneur. Le premier en mettant l'accent sur le risque, le deuxième sur l'innovation et le troisième en combinant les éléments des deux premiers dans une dynamique historique. Ces trois auteurs contribuent par leurs écrits à tracer un idéal-type que nous nommons l'entrepreneur héroïque comme défini ci-dessus.

Dans un second temps, nous concentrons notre propos sur des économistes (Galbraith, Chandler, Piore et Sabel, Audretsch, Aldrich) qui par leurs écrits ont défini un autre idéal-type : l'entrepreneur socialisé, également défini dans l'introduction. Ces deux idéaux-types de l'entrepreneur correspondent à deux phases distinctes du capitalisme. La première correspond à la phase première de l'industrialisation au 19^e siècle, la seconde au redéveloppement de l'entrepreneuriat à partir des années 1980, période marquée par le re-développement du marché, après la période des trente glorieuses marquées par le retrait relatif du marché (Boutillier, Uzunidis, 1995, 1999, 2006, 2009, 2010, 2011).

A. La phase clé de l'industrialisation

1. R. Cantillon , risque et incertitude

Proche de la physiocratie, Richard Cantillon (1697-1735) est aussi critique. Mais, s'il partage un aspect important de l'analyse physiocratique, ce sont les vertus du libre échange. Dans ce contexte, l'entrepreneur occupe une place importante. Celui-ci se substitue à l'ordre organisé des mercantilistes. L'entrepreneur se substitue ainsi au prince, grand organisateur de l'ordre mercantiliste. Cantillon distingue deux types d'agents économiques : les « gens à gages certains » et les « gens à gages incertains ». Il classe l'entrepreneur dans la deuxième catégorie. L'entrepreneur prend des risques en s'engageant vis-à-vis d'un tiers de façon ferme, sans garantie sur la solvabilité de son client ou de son commanditaire. Sans fortune, l'entrepreneur, grâce à ses projets, fait cependant progresser l'économie, mais la société se méfie de lui et le rejette. Cantillon fut lui-même un entrepreneur ou un aventurier. Il s'associa avec John Law. Il mourut dans des conditions obscures. Mais si l'économie est la science des affaires, aux dires de J. A. Schumpeter (1983), Cantillon fut très certainement un grand économiste car il accumula une fortune considérable, précisément grâce à sa capacité à prendre des risques aussi bien dans les affaires que dans le jeu. Son œuvre principale, *Essai sur la nature du commerce en général*, ne fut publiée qu'en 1755, soit plusieurs années après sa mort. Dans son œuvre, l'entrepreneur se substitue à la main invisible d'A. Smith (Murphy, 1997, p 179 et suivantes), en tant que « catalyseur de la production et des échanges » (Murphy, 1997, page 186).

Cantillon n'a pas la primauté de cette idée. Il a été précédé dans sa tâche par d'illustres auteurs. En 1675, Jacques Savary publie *Le parfait négociant*, véritable best-seller du droit des marchands. Mais, l'ouvrage s'apparente davantage à un code du commerce qu'à un manuel d'économie politique. Cantillon donne à l'entrepreneur une dimension nouvelle en conceptualisant son comportement (Murphy, 1997, page 186). Il distingue deux types d'économie, une économie centralisée (symbolisée par un grand domaine administré de type féodal) et l'économie de marché. Dans le premier système, la richesse est concentrée entre les mains des propriétaires terriens, dans le nouveau ce sont les entrepreneurs qui concentrent la richesse. L'entrepreneur a pour tâche d'identifier les demandes et de diriger la production pour les satisfaire. Il prend des risques et va en éclaireur pour trouver les activités potentiellement rentables. L'entrepreneur est à la fois présent dans la production (fermiers, manufacturiers et fournisseurs des services de travail) et les échanges (grossistes et détaillants). Les premiers sont des entrepreneurs producteurs, et regroupent un large ensemble de professions : cordonniers, charpentiers, médecins, avocats (voire des mendiants et des voleurs). Il n'accorde que peu d'importance en revanche aux manufacturiers (sauf aux drapiers), sans doute parce qu'au 17^e siècle, il s'agissait déjà d'une activité manufacturière assez développée.

2. J. B. Say, science, industrie et innovation

Jean-Baptiste Say (1767-1823), à l'image de Cantillon, donne un rôle central à l'entrepreneur. En son temps, il était l'économiste français le plus connu. Il obtient la première chaire d'économie au Collège de France et au Conservatoire national des arts et métiers, et fut ministre des finances sous le premier empire. L'un de ses frères créa l'entreprise sucrière Say, devenue en 1973 Beghin-Say. Il fut également journaliste. Adapte des idées de Smith, qu'il cherche à populariser en France, il publie en 1803 son *Traité d'économie politique* où il

développe les avantages de la libre entreprise et du marché. Ce traité fut mal accueilli par le pouvoir. Il ne put publier une seconde édition ni exercer la profession de journaliste, il devint entrepreneur en créant une entreprise de coton répondant aux critères de la modernité de l'époque. L'entreprise prospéra très rapidement.

Très certainement le fruit de ses certitudes théoriques et de son expérience entrepreneuriale, Say définit le « métier de l'entrepreneur » selon les critères suivants :

1. L'entrepreneur agit pour son propre compte. Mais, entrepreneur et chef d'entreprise ne sont pas tout à fait synonymes. L'entrepreneur n'a pas forcément recours au travail d'autrui. Il monte une affaire principalement dans un souci d'indépendance ;
2. Il peut exercer différentes professions : horloger, cultivateur, teinturier, etc. ;
3. Il est un intermédiaire entre le travail d'exécution de l'ouvrier et le travail de recherche du savant. Say distingue ainsi trois « sortes d'opérations industrielles » : « les recherches du savant », les « applications de l'entrepreneur » et l' « exécution de l'ouvrier » : « (...) cet art d'application, qui forme une partie essentielle de la production, est l'occupation d'une classe d'hommes que nous appelons entrepreneurs d'industrie » (Say cité par Boutillier, Uzunidis, 1995, p.17) ;
4. Il est « l'agent principal de la production. Les autres opérations sont bien indispensables pour la création des produits ; mais c'est l'entrepreneur qui les met en œuvre, qui leur donne une impulsion utile, qui en tire des valeurs » (Say cité par Boutillier, Uzunidis, 1995, p. 18) ;
5. Son travail est productif au même titre que celui du savant et de l'ouvrier ;
6. La production est l' « application de la science ou des « notions », l' « application de ces notions » concerne l'ensemble des « besoins de l'homme ». Pour satisfaire à ces besoins, l'entrepreneur doit faire preuve d'une « certaine combinaison intellectuelle », « (...) il s'agit d'apprécier, non seulement les besoins physiques de l'homme, mais aussi sa constitution morale » (ses mœurs, ses habitudes, ses goûts, le degré de civilisation dont il jouit, la religion qu'il professe). L'entrepreneur doit être doté par la providence d'une « capacité de jugement » : « c'est lui qui juge des besoins et surtout des moyens de les satisfaire, et qui compose le but avec des moyens (...) ». La réunion de ces qualités en un seul individu n'est pas courante, car « ce genre de travail exige des qualités morales dont la réunion est peu commune » (Idem) ;
7. L'entrepreneur organise, planifie la production, et en supporte tous les risques. Or, « il n'en est pas ainsi des agents secondaires qu'il emploie », « (...) un commis, un ouvrier reçoivent leur traitement, leur salaire, soit que l'entreprise gagne ou bien qu'elle perde » (idem) ;
8. Les profits ne sont pas le « fruit de la spoliation », car leur réalisation dépend d'un grand nombre d'aléa que l'entrepreneur ne peut maîtriser. Il supporte toutes les conséquences de la banqueroute.

L'entrepreneur combine « les services producteurs naturels », comme ceux du travail et du capital, et doit connaître l'état du marché. Il a « la tête habituée au calcul » pour qu'il « puisse comparer les frais de production avec la valeur que le produit aura lorsqu'il sera mis en vente ». Say, comme plus tard Schumpeter, met l'accent sur la capacité d'innovation de l'entrepreneur. Pour surmonter les multiples obstacles qui se dressent devant lui, il ne peut s'en remettre à la routine. Il doit sans cesse inventer, c'est-à-dire avoir le « talent d'imaginer tout à la fois les meilleures spéculations et les meilleurs moyens de les réaliser ». Cependant, J.-B. Say désespérait de trouver un entrepreneur français correspondant à cet idéal-type. Mais, au-delà de cette déception, l'idée centrale développée par Say est de mettre en évidence le lien entre la production de connaissances (qui est le fait du scientifique) et son application

économique et industrielle (qui est le fait de l'entrepreneur). Il met ainsi en avant clairement l'idée d'une économie qui reposera dans l'avenir sur la mise en valeur industrielle systématique des connaissances scientifiques, dont l'entrepreneur sera le moteur. Mais, en définitive, à l'image de Schumpeter, c'est davantage la fonction d'innovation qu'il valorise au travers de l'entrepreneur qu'un individu proprement dit que l'on nommerait « entrepreneur ».

3. J. A. Schumpeter, l'entrepreneur et l'avenir incertain du capitalisme

Au début du 20^e siècle, J. A. Schumpeter (1883-1950) développe son analyse pour palier les lacunes du modèle walrasien (qu'il admire cependant), incapable d'expliquer le progrès technique, la croissance ou même les crises économiques. En revanche, l'entrepreneur schumpetérien introduit l'idée de mouvement. Schumpeter définit l'entrepreneur comme l'agent économique qui innove. Mais, c'est un agent irrationnel au sens walarasien du terme. Son comportement n'est pas guidé par le calcul économique. A l'image de ce que fut l'existence même de Cantillon, l'entrepreneur schumpetérien est un joueur. Il assume dans ces conditions à la fois la réussite et la faillite. L'entrepreneur est le moteur de la « destruction créatrice » : « *le capitalisme, répétons-le, constitue, de par sa nature, un type ou une méthode de transformation économique et, non seulement, il n'est jamais stationnaire, mais il ne pourrait jamais le devenir* » (Schumpeter, 1979, p. 115-116). Puis, il explique que « *l'impulsion fondamentale qui met et maintient en mouvement la machine capitaliste est imprimée par les nouveaux objets de consommation, les nouvelles méthodes de production et de transport, les nouveaux marchés, les nouveaux types d'organisation industrielle – tous ces éléments créés par l'initiative capitaliste* » (Schumpeter, 1979, p. 116). Il nomme ce processus évolutionniste propre au capitaliste, le processus de destruction créatrice : « *ce processus de Destruction Créatrice constitue la donnée fondamentale du capitalisme : c'est en elle que consiste, en dernière analyse, le capitalisme et toute entreprise capitaliste doit, bon gré mal gré, s'y adapter* » (Schumpeter, 1979, p. 116-117).

Le mobile de l'entrepreneur schumpetérien réside plutôt dans le défi, le changement, le jeu. Son objectif est d'aller contre l'ordre économique établi. L'entrepreneur est ainsi instrumentalisé pour expliquer la dynamique du capitalisme ou « l'évolution économique ». L'idée majeure que nous retenons est celle de l'innovation par opportunisme. L'innovation ne se limite pas pour Schumpeter à la création d'un nouveau bien ou encore par l'introduction de la machine dans les ateliers. L'innovation est, grossièrement, ce qui permet à l'entrepreneur d'accroître son chiffre d'affaires et sa position dominante sur le marché. Aussi, bien que l'entrepreneur ne soit pas résolument certain de l'effet de sa trouvaille, elle peut devenir (en cas de réussite) un moyen de lui conférer provisoirement (en raison des rapports de concurrence) une position de monopole. Par le pouvoir de l'innovation, l'entrepreneur délimite son propre marché, il fixe ses propres règles, afin de maîtriser l'incertitude propre au fonctionnement du marché. Les mobiles humains ne sont jamais strictement individuels, mais s'inscrivent toujours dans une réalité sociale et historique. En d'autres termes, l'entrepreneur investit dans tel ou tel secteur d'activité parce que l'état de l'économie, de la société, des sciences et des techniques le lui permet, et en apportant ainsi des solutions aux problèmes posés.

L'entrepreneur schumpetérien est l'agent économique qui réalise de « nouvelles combinaisons de facteurs de production » qui sont autant d'opportunités d'investissement (Schumpeter, 1935, p. 329-336). Elles se manifestent sous de multiples formes : fabrication de nouveaux biens ; introduction d'une méthode de production nouvelle d'une branche de production vers

une autre ; ouverture de nouveaux débouchés ; conquête d'une nouvelle source de matière première ou de produits semi-ouvrés ; réalisation d'une nouvelle organisation (ex. apparition d'un monopole). Ces nouvelles combinaisons s'apparentent presque aux pratiques dénoncées par Marshall, selon lequel les hommes d'affaires détournent les progrès de la science pour donner de façon artificielle aux choses une apparence nouvelle. Les caractéristiques de l'entrepreneur schumpétérien sont les suivantes :

1. Son indépendance est limitée en raison des rapports de concurrence, par conséquent d'incertitude ;
2. L'exécution des nouvelles combinaisons est « difficile et accessible seulement à des personnes de qualité déterminées ». Seules quelques personnes « ont les aptitudes voulues pour être chefs dans une telle situation » ;
3. Être entrepreneur ne signifie pas toujours avoir des « relations durables avec une exploitation individuelle ». On n'est pas entrepreneur à vie ;
4. Être entrepreneur ne se résume pas à combiner les facteurs de production, activité qui peut (paradoxalement ?) devenir routinière. Mais, seul l'entrepreneur réalise de nouvelles combinaisons de facteurs de production. Gérer la production au quotidien s'inscrit dans une routine. Ce n'est pas la fonction de l'entrepreneur. « (...) à nos yeux, quelqu'un n'est en principe entrepreneur que s'il exécute de nouvelles combinaisons ; aussi perd-t-il ce caractère s'il continue d'exploiter selon un circuit l'entreprise considérée » ;
5. L'entrepreneur relie le monde de la technique et celui de l'économie en réalisant ses nouvelles combinaisons de facteurs de production. La réalisation de cet objectif est risquée. C'est pour cela qu'elle intéresse l'entrepreneur ;
6. La recherche du profit est secondaire, bien qu'elle ne soit pas délaissée par l'entrepreneur. Il est une espèce de joueur pour qui la joie de créer l'emporte sur la recherche intrinsèque du gain. Mais, si le profit ne fait que couronner le succès des nouvelles combinaisons de facteurs de production. Il est l'expression de la valeur de la contribution de l'entrepreneur à la production, comme le salaire pour le travailleur ;
7. L'entrepreneur schumpétérien est un calculateur génial car il peut prévoir mieux que les autres l'évolution de la demande ;
8. L'entrepreneur schumpétérien a du charisme et de l'autorité. « *L'importance de l'autorité n'est pas absente, il s'agit souvent de surmonter des résistances locales, de conquérir des « relations » et de faire supporter des épreuves de poids* » (Schumpeter, 1935, page 127).
9. Mais, le terme de chef ne fait pas de l'entrepreneur l'équivalent d'un chef militaire. L'entrepreneur ne se distingue pas par des qualités spécifiques. « *La tâche de chef est très spéciale : celui qui peut la résoudre, n'a pas besoin d'être sous d'autres rapports ni intelligent, ni intéressant, cultivé, ni d'occuper en aucun sens une « situation élevée* » ; il peut même sembler ridicule dans les positions sociales où son succès l'amène par la suite. Par son essence, mais aussi par son histoire (ce qui ne coïncide pas nécessairement) il est hors de son bureau typiquement un parvenu, il est sans tradition, aussi est-il souvent incertain, il s'adapte anxieux, bref il est tout sauf un chef. Il est le révolutionnaire de l'économie – et le pionnier involontaire de la révolution sociale et politique – ses propres collègues le renient, quand ils sont d'un pas en avance sur lui, si bien qu'il n'est pas reçu parfois dans le milieu des industriels établis » (Schumpeter, 1935, page 128).

Nombre d'économistes ont tenté de rechercher dans l'économie des entrepreneurs schumpétériens. Mais, l'entrepreneur décrit par Schumpeter manque de consistance. On ne peut trouver un individu qui l'incarne de façon durable. Ainsi pour F. Perroux (Perroux, 1965), Henry Ford n'est devenu un entrepreneur que lorsqu'il créa le « model T ». Pour Schumpeter, être entrepreneur, ce n'est pas une profession, surtout un état durable. Est-ce que

J. K. Galbraith voulait affirmer lorsqu'il écrivait que l'on peut comparer l'existence du grand entrepreneur à *l'aspis meblifera* mâle qui accomplit l'acte de création au prix de sa propre existence ? La condition d'entrepreneur n'est pas permanente : « (...) *quelqu'un n'est, en principe, entrepreneur que s'il exécute de nouvelles combinaisons – ainsi perd-il ce caractère s'il continue ensuite d'exploiter selon circuit d'entreprise créé – par conséquent il sera aussi rare de voir rester quelqu'un toujours un entrepreneur pendant des dizaines d'années où il est dans sa pleine force que de trouver un homme d'affaires qui n'aura jamais été un entrepreneur, ne serait-ce que très modestement* » (Schumpeter, 1935, p. 112). L'existence de l'entrepreneur est par conséquent précaire et incertaine.

La définition générale que Schumpeter donne de l'innovation suffit largement pour expliquer le profit comme un revenu exceptionnel et temporaire qui récompense l'entrepreneur, c'est-à-dire l'agent économique qui a pris le risque de rompre la monotonie de l'équilibre walrasien, situation où le profit est nul.

Le lien entre « innovation », « entrepreneur » et « croissance économique » est réalisé par l'idée d'une arrivée groupée des entrepreneurs dans un marché porteur. Ce phénomène est pour Schumpeter le début d'un cycle long d'expansion. Les entrepreneurs pionniers jouent un rôle essentiel car ils « *suppriment les obstacles pour les autres non seulement dans la branche de production où ils apparaissent, mais aussi, conformément à la nature des obstacles, ils les suppriment ipso facto dans les autres branches de la production ; l'exemple agit de lui-même ; beaucoup de conquêtes faites dans une branche servent aussi à d'autres branches, comme c'est le cas pour l'ouverture d'un marché, abstraction faite de circonstances d'une importance secondaire qui apparaissent bientôt : hausse des prix, etc.... C'est ainsi que l'action des premiers chefs dépasse la sphère immédiate de leur influence, et que la troupe des entrepreneurs augmente encore plus que ce ne serait le cas autrement ; ainsi l'économie nationale est entraînée plus vite et plus complètement qu'on pourrait penser dans le processus de réorganisation, qui constitue la période d'essor* » (Schumpeter, 1935, p. 331).

L'entrepreneur est l'agent du changement. Il révolutionne (le mot est fort) l'économie en remettant en cause les routines économiques établies. A l'image de Henry Ford qui n'est devenu entrepreneur que lorsqu'il créa le model T. L'entrepreneur n'existe pas dans l'analyse de Schumpeter en tant qu'individu, mais en tant que fonction. Dans ces conditions, cette dynamique entrepreneuriale perdure dans le capitalisme managérial, et se métamorphose sous d'autres formes dans la société entrepreneuriale qui se dessine depuis les années 1990/2000.

B. Le capitalisme managérial : de l'entrepreneur en haillons à l'entrepreneur socialisé

Le capitalisme managérial émerge à partir de la fin du 19^e siècle. A partir de cette période, la taille des entreprises augmente. Propriété et gestion du capital sont séparées. L'entrepreneur-gestionnaire devient un salarié. L'actionnaire contribue au financement de l'entreprise. D'un autre côté, la petite entreprise est perçue comme une espèce en voie de disparition. Aux dires de Galbraith, il apparaît comme une espèce de perdant qui n'a aucun point commun avec l'entrepreneur héroïque mythifié par Schumpeter. Cependant, à partir de la fin des années 1970, l'entrepreneur renaît dans les faits et la théorie économiques. Nombre d'articles et d'ouvrages (Landström, Lohrke, 2010) sont publiés sur le sujet, tandis que l'entrepreneuriat fait l'objet de l'attention des politiques.

1. Le triomphe de la technostructure

La question du poids dominant des grandes entreprises et de la socialisation de la propriété du capital dans l'économie des pays industrialisés prend une place croissante dans les débats dès les années 1930. Le contexte de la crise économique et le chômage qui en découle y est certainement pour beaucoup. Au début des années 1930, alors que la France s'intéresse aux 200 familles actionnaires de la Banque de France, des économistes américains focalisent leur attention sur le capitalisme managérial. A. Berle et C. G. Means (1932) sont des pionniers en la matière en publiant une étude empirique démontrant que le capitalisme américain n'est plus un capitalisme d'entrepreneurs, mais un capitalisme managérial. Les grandes entreprises ne sont plus dirigées par des individus mais par une bureaucratie. La technostructure s'est substituée à l'entrepreneur : environ 2000 individus étaient administrateurs des 200 plus grandes sociétés américaines en 1930. Les entreprises américaines sont quasiment devenues, selon les dires de Berle et Means, des « institutions sociales ». L'entreprise n'est plus une propriété individuelle, mais collective. Quelles sont les conséquences qui découlent de ce constat ? Des masses de capitaux de plus en plus importantes peuvent être mobilisées, un plus grand nombre de salariés également. La production industrielle et le développement des technologies franchissent un nouveau pas. Grâce à la société anonyme, le pouvoir de création du capitalisme est décuplé.

Les propos de Berle et Means corroborent ceux de K. Marx quelques décennies auparavant : « Le monde se passerait encore du système des voies ferrées, par exemple, s'il eût fallu attendre le moment où les capitaux individuels se fussent assez arrondis par l'accumulation pour être en état de se charger d'une telle besogne. La centralisation du capital au moyen des sociétés par actions y a pourvu, pour ainsi dire, en un tour de main » (Marx, 1976, tome 1, p. 448). La société anonyme a décuplé le pouvoir producteur du capitalisme. Mais, J. K. Galbraith le reconnaît lui-même ! L'économie se déploie de façon intégrée. La socialisation de la propriété du capital renforce celle de la production et inversement. Alors que la mécanisation de la production a scellé la séparation entre le travail de conception et le travail de fabrication, la société anonyme apporte au capitalisme une capacité nouvelle de développement. L'activité économique est pensée à tous les échelons de la production, indépendamment des individus qui en constituent les rouages. Quelle marge d'action reste-t-il dans ces conditions à l'entrepreneur individuel ? Quelle est la place de l'initiative individuelle ? La question est d'autant plus insolite dans une société qui a fait de l'individualisme l'une de ses valeurs dominantes. J. K. Galbraith pose de façon récurrente cette question fondamentale.

Le pouvoir économique et financier a donc été transféré des individus vers des organisations. Quelles sont les raisons de cette évolution ? J. K. Galbraith distingue quatre raisons majeures qui proviennent des exigences techniques de l'industrie moderne :

(i) Besoin de connaissances très spécialisées de haut niveau : le développement industriel s'appuie sur des connaissances de haut niveau très spécialisées qu'un seul individu ne peut maîtriser. J. K. Galbraith souligne sur ce point que « *le vrai succès de la science et de la technologie modernes consiste à prendre des hommes ordinaires, à les informer minutieusement, puis au moyen d'une organisation appropriée, à faire en sorte que leurs connaissances se combinent avec celles d'autres hommes spécialisés, mais également ordinaires. Cela dispense du besoin de génies. Le résultat est moins exaltant, mais beaucoup plus prévisible* » (p. 102).

- (ii) Besoin de contrôler le processus industriel : ce deuxième facteur d'explication dérive également de la technologie avancée et de ses conséquences financières, mais aussi et plus directement du besoin de planification qui résulte et implique un contrôle strict du processus.
- (iii) Besoin de coordination des tâches : « *il faut rassembler les talents sur un objectif commun* » (p. 104). La grande entreprise a besoin de prévoir en raison de la masse de capitaux qu'elle brasse. Elle doit prévoir ses besoins (en matières premières, produits semi-finis et autres) et organiser le marché, d'où la planification.
- (iv) Besoin de contrôler la demande : ce sont les consommateurs, qui en achetant les produits de la grande entreprise, alimentent ses profits. Les grandes entreprises ne cherchent pas à répondre aux besoins des consommateurs, mais elles les créent de manière artificielle par le biais de la publicité.

Le lien de parenté intellectuelle est manifeste avec la théorie du travailleur collectif de K. Marx qui est formé par « (...) *la combinaison d'un grand nombre d'ouvriers parcellaires qui constitue le mécanisme spécifique de la période manufacturière. Les diverses opérations que le producteur d'une marchandise exécute tour à tour et qui se confondent dans l'ensemble de son travail, exigent, pour ainsi dire, qu'il ait plus d'une corde à son arc. Dans l'une, il doit déployer plus d'habileté, dans l'autre plus de force, dans une troisième plus d'attention, etc., et le même individu ne possède pas toutes ces facultés à un degré égal* » (Marx, 1976, livre 1, p. 254). La grande entreprise doit planifier son activité, décider des choix du consommateur et de ce qu'il va payer pour les satisfaire. Elle doit également prévoir ses besoins en matières premières, en main-d'œuvre... Comment les acquérir et les rendre compatibles avec le prix qu'elle va recevoir avec le produit qu'elle commercialise d'autant qu'elle a investi des capitaux très importants en matériels, machines et dépenses de recherche-développement ? En bref, elle doit exercer son contrôle sur ce qu'elle vend et sur ce qu'elle achète, en d'autres termes remplacer le marché par la planification. La firme élimine le marché par l'intégration verticale, en prenant le contrôle de sa source de ravitaillement ou de son débouché. « *Des transactions qui étaient sujettes à négociations sur les prix et les quantités sont ainsi remplacées par un transfert dans le cadre de l'unité planificatrice* » (page 67). C'est un moyen de combattre l'incertitude du marché bien que celle-ci ne soit pas éliminée, car ainsi la firme remplace une « *grande incertitude incontrôlable* » par des « *incertitudes plus réduites* » (p. 67). Les relations entre les grandes firmes sont devenues contractuelles précisément pour cette raison : combattre l'incertitude. L'aléa des mécanismes de l'offre et de la demande s'en trouve ainsi minimisé.

Alors que le chemin de fer a été l'industrie motrice du 19^e siècle, la conquête spatiale marque le siècle suivant. Mais, ce n'est pas un individu de génie qui a rendu possibles des vols lunaires, mais une bureaucratie. L'entrepreneur idéalisé par J. B. Say ou J. A. Schumpeter (dans *Théorie de l'évolution économique*) n'est plus. L'entreprise – répétons-le – n'est plus dirigée par un seul individu remettant du même coup en cause le principe de la maximisation du profit selon le principe du calcul économique individualiste (l'entrepreneur maximise son profit et le consommateur son utilité). Le capital d'une entreprise n'est plus la propriété d'un seul individu ou d'une famille. Il est réparti entre une pléthore d'actionnaires, qui ne participent pas à la gestion de l'entreprise, qui n'ont aucune influence sur ses choix économiques. A l'heure actuelle, le capitalisme managérial décrit par Galbraith et Chandler n'a pas disparu. Il a pris une autre forme.

2. Le « capitalisme flexible » ou l'échec du capitalisme managérial

Ces grandes entités ne peuvent être rentables qu'en exploitant des marchés en constante expansion. Les grandes entreprises américaines qui avaient au lendemain de la seconde guerre mondiale favorisé cette évolution sont confrontées à de nouveaux concurrents, d'abord européens puis asiatiques. Des signes manifestent de crise apparaissent dès la fin des années 1960. Le chômage augmente dans des proportions considérables. En 1973, E. F. Schumacher publie *Small is beautiful* et au début des années 1980, Piore et Sabel publie *Les chemins de la prospérité*, ouvrage dans lequel ils développent la thèse du capitalisme flexible, soit une espèce d'actualisation de la thèse d'A. Marshall. Quelques exemples de réussite spectaculaire au début des années 1980 contribuèrent à alimenter *Légende de l'entrepreneur* (Boutillier, Uzunidis, 1999).

Progressivement, la petite entreprise prend sa place dans le champ de l'économie industrielle. Comment fonctionne-t-elle ? Quel est le secret de sa longévité ? Quelles sont ses caractéristiques ? L'idée selon laquelle la petite entreprise n'est pas un modèle réduit de la grande entreprise s'impose et son étude est tout aussi pertinente au regard de la dynamique du capitalisme que celle de la grande entreprise. Dans l'introduction d'un ouvrage, devenu depuis longtemps un ouvrage de référence, *La petite entreprise*, publié en 1988, P.-A. Julien et M. Marchesnay expliquent que la grande entreprise correspond à une sorte d'idéal-type alors que la petite entreprise existent sous des formes très diverses. Ils ajoutent à juste titre que l'origine de la grande entreprise réside dans la volonté des hommes « pour lutter contre la complexité de leur environnement » (Julien, Marchesnay, 1988, p. 24), alors que la petite entreprise est une « invention des hommes destinée à s'adapter à la complexité d'un environnement largement subi » (idem). En bref, la petite entreprise fait l'objet de toutes les attentions de la part d'universitaires européens, américains, japonais... En 1982, C. Jaeger publie un ouvrage pionnier en la matière (et que nous avons à plusieurs reprises utilisé dans le cadre de notre analyse), *Artisanat et capitalisme, l'envers de la roue de l'histoire*. L'un des intérêts de son analyse est qu'elle s'inscrit dans le cadre marxiste comme son titre le laisse sous-entendre. Elle débute son introduction par une phrase extraite d'un des ouvrages clés de l'économiste marxiste Rosa Luxemburg, *L'accumulation du capital*, dont la première édition remonte à 1913 : « personne n'ignore qu'un pays dominé exclusivement par la production capitaliste et peuplé uniquement de capitalistes et de salariés n'existe pas encore et n'a jusqu'à présent, jamais existé nulle part » (Rosa Luxemburg cité par C. Jaeger, 1982, p. 11).

Cette intrusion de la petite entreprise dans le champ de l'économie industrielle est concomitante avec le retour de l'entrepreneur comme acteur économique de premier plan. Depuis le début des années 1980, les analyses de R. Cantillon, J.-B. Say et de J. A. Schumpeter actualisées, sont réinterprétées dans un environnement économique et social qui a priori laisse peu de place à l'initiative individuelle. A titre anecdotique, signalons également que c'est aussi en 1982 que Hélène Vérin publie un ouvrage qui est aussi devenu un ouvrage de référence obligée sur le sujet.

3. La société entrepreneuriale : flexibilité et créativité ?

Pendant les années 2000, D. Audretsch (2006, 2007 ; voir aussi Facchini, 2007 ; Facchini, Konning, 2008) pronostique la transformation radicale du capitalisme, celui-ci devenant entrepreneurial et non plus managérial. Il ne s'agissait pas cependant pour Audretsch d'imaginer un monde de petites entreprises, mais d'envisager l'épanouissement d'une

nouvelle organisation économique et sociale laissant plus de place à l'initiative individuelle et à l'imagination, tout en mettant l'accent sur la dynamique de petites entreprises innovantes. Aussi, le rôle de l'Etat a changé puisqu'il s'agit de créer des conditions favorables à l'épanouissement de l'initiative individuelle et de l'esprit d'entreprise. Pour Audretsch, à l'image de Mises, tout le monde est susceptibles d'être entrepreneurs, car tous sont des « *spéculateurs par nécessité* » (Mises, 2004, p. 150). Ce n'est pas une qualité qui est réservée à quelques élus, dans le sens où que l'on soit entrepreneur, salarié ou consommateur, tous ont un comportement rationnel et maximisateur.

Audretsch (2007) discute la réalité actuelle du capitalisme managérial galbraithien et conteste en substance le rôle que Galbraith laisse à l'entrepreneur, sorte de figure en décomposition. Pour Audretsch, l'entrepreneur joue un rôle clé dans la dynamique du capitalisme en matière d'innovation, en osmose avec Say qui définissait l'entrepreneur comme l'agent intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie. Il oppose le capitalisme des années 1945-1970 au capitalisme contemporain, et distingue d'une part le taylorisme et le fordisme de la grande entreprise, la production de masse et le développement de l'emploi salarié, d'autre part ce qu'il nomme la société entrepreneuriale qui, dans un contexte international marqué par la remise en cause des rapports concurrentiels (industrialisation d'une vaste partie du monde, montée de la Chine, du Brésil et de l'Inde), se caractérise par la création d'une pléthore de petites entreprises innovantes. Les créateurs de ces nouvelles entreprises tirent profit des opportunités d'investissement (au sens kirznerien du terme) que les autres entrepreneurs n'ont pas détecté. La société qui apparaît progressivement à partir de la fin des années 1970 est plus créative et permissive. La globalisation n'a pas entraîné la disparition des petites entreprises, au contraire (comme en témoigne le phénomène des start-up dans maints secteurs d'activité), pour deux raisons majeures qui ont trait d'une part au déclin des grandes entreprises, d'autre part à l'émergence de l'économie de la connaissance :

1. les grandes entreprises (c'est-à-dire les entreprises de plus de 500 salariés) présentes dans les industries manufacturières traditionnelles ont perdu de leur compétitivité dans les pays industriels (où les salaires sont élevés) ;
2. les petites entreprises se sont en revanche développées dans de nouveaux secteurs d'activité grâce à l'émergence de technologies nouvelles.

Les grandes entreprises ne sont donc pas appelées à disparaître, pour laisser place à des entreprises de plus petite taille, car les conditions d'entrée sur un marché diffèrent selon le secteur d'activité (plus ou moins intensif en capital et/ou en savoirs). Audretsch souligne bien que les grandes entreprises sont plus innovantes que les petites, car les premières possèdent de grands laboratoires et consacrent des moyens financiers et humains importants pour la recherche-développement. Mais, si cette affirmation est vérifiée globalement, le constat n'est pas le même selon le secteur d'activité. Les petites entreprises ont lancé des innovations significatives dans l'industrie informatique ou celle des instruments de contrôle. En revanche, les grandes entreprises de l'industrie pharmaceutique et de l'aéronautique sont particulièrement innovantes. Pourtant, des entreprises ne faisant pas ou peu de recherche-développement, sont parfois innovantes. Comment expliquer que de petites entreprises innovent sans budget de recherche-développement, alors que ce sont les grandes entreprises qui y consacrent des moyens importants ? Quels sont les mécanismes qui permettent ces « débordements de connaissance » à partir de la source produisant la connaissance que ce soit de grandes entreprises ou des universités ? Audretsch critique l'analyse couramment admise selon laquelle les entreprises sont insérées dans des réseaux d'alliance leur permettant

d'internaliser la connaissance extérieure à la firme. Selon cette approche, la petite firme existe de façon exogène, car sa taille l'empêche de générer suffisamment de moyens financiers pour créer des connaissances. Elle est donc amenée à chercher d'autres moyens pour produire de la connaissance, d'où l'importance des réseaux d'alliance. Dans le même ordre d'idées, les travaux sur le rôle des réseaux sociaux et la formation d'opportunités dans les affaires montrent, s'il n'était nécessaire, que la création d'une entreprise n'est pas le fait d'un individu isolé, mais un acte social (Chabaud, Ngijol, 2010).

Audretsch remet en question l'idée selon laquelle l'entreprise (petite) est exogène et suppose que c'est la connaissance qui est exogène. La connaissance nouvelle et ayant potentiellement de la valeur n'existe pas de façon abstraite, elle est incorporée dans des individus (individuellement ou en tant que groupe). Cette connaissance est incertaine et son transfert implique des coûts de transaction élevés.

Audretsch compare sur ce point l'économie managériale et l'économie entrepreneuriale. Dans l'économie managériale, l'innovation radicale amorce de nouvelles industries. Le coût de l'innovation radicale est très élevé, comparé à celui de l'innovation incrémentale. Dans ces conditions, il est coûteux pour une grande entreprise de diffuser sur le plan géographique de nouvelles connaissances pour les appliquer économiquement. Aussi puisque le coût de l'innovation incrémentale est plus faible que celui de l'innovation radicale les entreprises ont intérêt à conserver la même trajectoire technologique. En revanche, selon Audretsch, dans la société entrepreneuriale, l'innovation radicale conduit au développement de nouvelles trajectoires technologiques. Dans les pays industrialisés, l'activité économique est essentiellement concentrée dans les nouvelles industries. L'entrepreneur joue ici un rôle très important en tant que le lien entre les effets de débordement et la commercialisation de connaissances et d'idées nouvelles. L'intérêt majeur des travaux d'Audretsch est de montrer que les petites entreprises ont un rôle de facilitateur de l'innovation et de créativité. Elles se développent grâce aux « débordements de connaissance ». En ce sens, il montre qu'en dépit de l'existence d'entrepreneurs que l'on peut identifier comme innovateurs, la production de connaissances et les conséquences que cela suppose en termes de création d'entreprise, est un processus éminemment social. Il existe une espèce de réserves d'idées scientifiques qui n'attendent que d'être en quelque sorte fécondées par l'entrepreneur.

4. La théorie évolutionniste de l'entrepreneur : forces de changement et inertie

La théorie évolutionniste de l'entrepreneur (Aldrich, 2011) trace une analyse qui cherche à synthétiser les approches micro et macro économiques : l'entrepreneur est perçu comme un agent économique individuel qui est inséré dans un environnement économique et social donné. Est-ce ainsi le moyen de contourner l'immatérialité de la fonction entrepreneuriale, car les entrepreneurs ne constituent pas un groupe homogène. Certains entrepreneurs innoveront, d'autres se contentent d'imiter, de reproduire des routines.

Le point de départ est Schumpeter pour qui comme nous l'avons vu plus haut sans entrepreneur, pas d'innovation, ni de dynamique ni d'évolution, de changement. Les entrepreneurs innovateurs sont à l'origine de grappes d'innovation. Mais, le changement crée par définition de l'incertitude. Celle-ci est au cœur de l'analyse, car à l'image de Kirzner (1997, 2005), l'entrepreneur ne contrôle pas l'information à partir desquelles émergent des opportunités de profit. L'entrepreneur est inséré dans un environnement incertain. Il possède un ensemble de ressources (en connaissances, financières et autres), mais aussi des réseaux

sociaux. Créer une entreprise, c'est créer une nouvelle organisation. L'accent est ainsi mis entre l'agent économique et le milieu dans lequel il est inséré. Mais, en raison des décisions qui sont prises par les agents économiques, cet environnement perdure (reproduction) et se transforme, selon une espèce de dialectique que Marx¹ avait ébauchée dans ses schémas de la reproduction du capitalisme (reproduction simple et reproduction élargie), et que Schumpeter a adapté à son analyse du capitalisme. Pour les économistes évolutionnistes, la question est par conséquent de savoir comment les entrepreneurs utilisent les ressources dont ils disposent pour survivre dans un environnement économique en perpétuel changement. Comment des arrangements organisationnels (stratégies de coopération) sont réalisés entre les entrepreneurs pour survivre dans un contexte difficile, et comment les stratégies gagnantes sont imitées par d'autres entrepreneurs. En ce sens, deux types d'entrepreneurs peuvent être identifiés : les innovateurs (ceux qui contribuent au changement) et les reproducteurs (ou les imitateurs). Ces derniers contribuent à diffuser les innovations. D'où la distinction entre « innovation » et « reproduction ». Les reproducteurs contribuent à la création de routines. Les activités qu'ils développent sont très proches de celles de leurs prédécesseurs. Les innovateurs en revanche développent des routes et des savoirs qui sont de façon significative différents de ceux des entrepreneurs qui les ont précédés. Mais, la plupart des entrepreneurs reproduisent des routines existantes et ne sont pas des innovateurs. A cela s'ajoute le fait que toutes les entreprises créées ne vont pas survivre. Certaines feront faillite. Cela signifie que des routines et des compétences vont également disparaître. Le fait de distinguer ainsi les entrepreneurs innovateurs des reproducteurs contribue très largement à relativiser le mythe d'un entrepreneur qui par définition serait un entrepreneur innovateur, voire révolutionnaire au sens technologique de terme. Or, c'est précisément ce que l'on observe depuis plusieurs années dans de nombreux pays. La création d'entreprise répond en premier lieu au besoin de créer son emploi dans une économie qui est devenue beaucoup moins performante en matière de création d'emplois salariés (voir partie 2).

Cet aspect du problème est également manifeste lorsque les évolutionnistes abordent la question de l'hétérogénéité de l'entrepreneuriat. Car, si l'on parle de l'entrepreneur de manière générique (et par conséquent sur la fonction entrepreneuriale), l'accent est mis sur l'hétérogénéité du groupe que l'on nomme « les entrepreneurs ». Ces entrepreneurs sont dotés d'une rationalité procédurale. Quand les agents économiques ne sont pas en possession de toutes les informations dont ils ont besoin, ils ne peuvent trouver la solution optimale. Ils doivent rechercher l'information et s'arrêteront lorsqu'ils auront trouvé une solution qui satisfait leurs besoins. L'information n'est pas donnée et doit être recherchée. Pour y parvenir ils doivent mobiliser des ressources. Dans ces conditions, le comportement des agents économiques est le produit de l'équation suivante : ressources + but + information.

L'accent est également mis sur le capital humain des entrepreneurs. Quelles sont leurs connaissances, les qualifications, les compétences qu'ils maîtrisent ? C'est grâce à ce capital humain qu'ils pourront acquérir les ressources dont ils ont besoin. Grâce à leur réseau de relations sociales, ils auront aussi accès à des ressources (en connaissances, financières, etc.) et à des informations qu'ils ne possèdent pas. L'entrepreneur, avant d'être individuel, est un agent social. Il en va ainsi tout particulièrement du processus grâce auquel l'individu acquiert de nouvelles connaissances à la fois par les institutions telles que l'école ou l'université, mais aussi la famille ou l'entreprise. On peut ainsi distinguer deux sortes de capital social, celui qui est hérité de la famille et celui qui est développé par l'individu lui-même. Sur ce point toutes

¹Economiste qui cependant est rarement évoqué par les évolutionnistes.

les familles ne sont pas dotées des mêmes ressources. Parfois, la famille peut être un handicap pour réussir. Mais, le rôle du capital social en matière d'innovation entrepreneuriale n'est pas tranché. Le capital social peut-il être considéré comme une réponse pour innover, ou bien sont-ce les dotations originales en ressources sociales qui déterminent la capacité d'innovation d'un entrepreneur donné ? La théorie évolutionniste de l'entrepreneur tend à démystifier la théorie de l'entrepreneur innovateur tel qu'il peut apparaître sous la plume d'économistes libéraux qui présentent l'entrepreneur comme un individu qui serait poussé par une envie irrésistible de se lancer dans les affaires par esprit d'indépendance. Mais, s'agit-il vraiment d'une tendance nouvelle alors que depuis des siècles la création d'un petit commerce ou d'un petit atelier constituait pour nombre d'individus le moyen par lequel ils pouvaient subvenir à leur existence et à celui de leur famille. L'entrepreneur en haillons évoqué par Galbraith n'a rien perdu de son actualité.

II. LA SOCIÉTÉ ENTREPRENEURIALE, DE LA THÉORIE AUX FAITS

Dans le cadre de cette seconde partie, notre objectif est de faire état d'un ensemble de transformations majeures touchant le capitalisme au regard des travaux des différents auteurs présentés dans la première partie de ce texte. Nous avons repris l'idée de la société entrepreneuriale d'Audretsch pour la replacer dans une dynamique historique (Boutillier, Uzunidis, 2010). La transition de la société salariale à la société entrepreneuriale passe dans un premier temps par la définition d'un nouveau cadre juridique susceptible de faciliter la création d'entreprise. Il s'agit non seulement de faciliter la création d'entreprise sur le plan administratif, mais aussi le passage de l'état de salarié à celui d'entrepreneur et inversement. Toutes les individus sont susceptibles de devenir entrepreneurs : jeunes ou âgés, diplômés ou non diplômés, hommes ou femmes, y compris les fonctionnaires, etc. Le statut d'auto-entrepreneur, récemment créé en France, va dans ce sens. Quelles sont les conséquences de ces mesures ? Comment a évolué la création d'entreprise en France récemment ? Avec quelles ressources ces entreprises sont-elles créées ? Quelles sont les raisons qui conduisent ces individus à créer leur entreprise ?

A. Créer un cadre juridique propice à l'entrepreneuriat

1. De la société salariale à la société entrepreneuriale

Dans le tableau ci-dessous, nous avons schématiquement présenté les caractéristiques de la société salariale et de la société entrepreneuriale. La première s'est développée à partir des années 1950 dans les pays industrialisés (Europe occidentale, Etats-Unis, Japon) et a commencé à péricliter à partir de la fin des années 1970. La seconde est en train de se développer depuis cette période. Pour caractériser ces deux périodes, nous avons retenus 12 indicateurs : la croissance économique, l'organisation de la production industrielle et servicielle, le salariat, l'emploi, le chômage, l'organisation du travail, la mécanisation du travail, la production, la consommation, la réglementation publique, le rôle respectif de l'Etat et du marché, et enfin l'entrepreneuriat et les petites entreprises. Notre objectif n'est pas de décrire finement ces deux sociétés, nous nous limiterons à ces idéaux-types que nous serons amenés à détailler au moyen d'exemples que nous développerons dans les pages qui vont suivre (tableau 1). Ce que nous voulons avant tout souligner c'est le développement de l'entrepreneuriat que nous constatons depuis plusieurs années s'inscrit dans un changement de paradigme sociétal. La société entrepreneuriale est beaucoup plus incertaine. L'insécurité

sociale est élevée (importance du chômage et de la précarité de l'emploi). Mais, la contrepartie de cette insécurité sociale réside-elle dans une capacité créative plus importante ?

Tableau 1 : De la société salariale à la société entrepreneuriale

Indicateurs	Société salariale 1950- fin années 1970	Société entrepreneuriale depuis le début des années 1980
Croissance économique	Rapide	Lente - récession
Organisation de la production industrielle et servicielle	Grande entreprise concentrée faible développement de la sous-traitance	Entreprise-réseau développement de la sous-traitance au niveau international
Salariat	En croissance	Stabilisé
Emploi	Stable (CDI)	Précaire (CDD, emploi intérimaire)
Chômage	Faible et de courte durée	Important et de longue durée
Organisation du travail	OST - Fordisme	Toyotisme – juste à temps
Mécanisation du travail	machines-outils/chaîne de montage	Robotisation - informatisation
Production	Production de masse	Production différenciée - créativité
Consommation	De masse de biens industriels standardisés	Services liés aux NTIC
Régulation publique	Etat Social	Etat libéral
Marché / secteur public	Encadrement du marché / importance du secteur public	Libéralisation des marchés et privatisation des entreprises publiques
Entrepreneuriat et petites entreprises	En régression	En croissance

Source : Boutillier, Uzunidis, 2012.

A partir de ce cadre, le rôle et la place de l'entrepreneur dans l'économie et la société des pays industrialisés changent. L'entrepreneur de la société salariale est celui que Galbraith décrit dans *Le Nouvel état industriel* (1968), soit une espèce de « loser » en bleu de travail, sans charisme. En revanche, l'entrepreneur de la société entrepreneuriale est dynamique, jeune et imaginatif. Ce sont ces jeunes entrepreneurs qui depuis le début des années 1980 ont contribué à créer de nouvelles activités. Ce qui cependant ne conduit pas à la disparition des grandes entreprises, mais à leur recomposition (tableau 2).

Tableau 2 : Société salariale / Société entrepreneuriale : deux profils d'entrepreneur

Société salariale	Consommation de masse = Production de masse Concentration industrielle Entrepreneur = survivance d'un passé révolu
Société entrepreneuriale	Consommation de masse = production de masse Entreprise réseau Entrepreneur = amortisseur des aléas du marché en innovant et créant des emplois

Source : Boutillier, Uzunidis, 2009.

2. Mesurer l'entrepreneuriat et le climat des affaires

Depuis la fin des années 1990, de nouveaux indicateurs économiques ont été créés pour évaluer l'ampleur de l'activité entrepreneuriale mais aussi la qualité du climat des affaires

dont le dynamisme entrepreneuriale dépend. Avec quelle facilité, un individu peut-il créer une entreprise ? Quelle est la procédure administrative à suivre ? Comment trouver les capitaux nécessaires au démarrage du projet ? Soit un ensemble de conditions qui sont appréciées dans le cadre de l'indicateur de la Banque mondiale « Doing business ». Les indicateurs du Global Entrepreneurship monitor et de l'OCDE (« Measuring entrepreneurship ») tendent en revanche d'évaluer l'ampleur et la qualité de l'activité entrepreneuriale, mais également l'attitude des individus face au risque de la création d'entreprise. A titre indicatif, et de façon tout à fait arbitraire, nous avons relevé ces indicateurs pour la France, le Royaume Uni et les Etats-Unis. Nous constaterons qu'en dépit d'un climat des affaires relativement bon (la France est bien notée sur ce point par la Banque mondiale, en particulier depuis la loi d'initiative économique), la société française est peu encline à prendre des risques. L'activité entrepreneuriale y reste peu développée par rapport au Royaume Uni ou aux Etats-Unis. Ce résultat n'est pas surprenant. Il correspond à l'image que nous pouvons avoir de la situation entrepreneuriale de ces trois pays. Il existe à présent des indicateurs pour le valider scientifiquement. Nous constaterons que l'aversion des Français pour le risque lié à la création d'entreprise est très forte. Et, si depuis ces vingt dernières années les conditions du désengagement de l'Etat sont bien établies, le créateur d'entreprise agit « par défaut » plutôt que « par opportunité ».

La Banque mondiale établit depuis 2004 tous les ans un classement international (181 pays) pour évaluer le climat des affaires de chaque économie. La création d'entreprise est l'un des indicateurs, mais pas l'unique. Les rédacteurs du rapport 2010 soulignent que 2009 a été une année exceptionnelle en termes de réformes : 287 réformes dans 131 pays, soit une augmentation de 20% par rapport à 2008. La création d'entreprise a été l'un des objectifs principaux des réformateurs. La majorité des ces réformes a concerné les pays en développement et en transition qui sont en phase de libéralisation. L'indicateur « Doing Business » comprend les items suivants : Création d'entreprise, Octroi de permis de construire, Embauche des travailleurs, Transfert de propriété, Obtention de prêts, Protection des investisseurs, Paiement des impôts, Commerce transfrontalier, Exécution des contrats et Fermeture des entreprises. Il s'agit d'évaluer la flexibilité du marché. Est-il facile d'embaucher et de licencier ? De conclure un contrat commercial ? Le droit de propriété est-il protégé ? Etc.

S'agissant plus particulièrement de la « création d'entreprise », l'indicateur intègre les informations suivantes : nombre de procédures, durée (en jours), coût (en % du revenu par habitant - RNB) et capital minimum versé (en % du RNB par habitant). Le tableau 3 ne présente pas de surprise. Les Etats-Unis apparaissent toujours comme le pays de la libre entreprise et de l'initiative individuelle. La France, contrairement aux autres pays, se manifeste par une singularité : le classement en termes de création d'entreprise est meilleur qu'en termes de climat des affaires global. Ce classement traduit les efforts particuliers réalisés par l'Etat français depuis ces vingt dernières années pour faciliter la création d'entreprise.

Tableau 3 : Classement Doing Business en 2012 pour quelques pays

	Doing business Classement global	Doing business Classement pour la création d'entreprise
France	29 ^{ème}	25 ^{ème}
Etats-Unis	4	13

Royaume-Uni	7	19
Japon	20	107
Allemagne	19	98
Chine	91	151

Source : *Doing Business*, rapport 2012. <http://www.doingbusiness.org/>

Le Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ou projet de suivi global de l'entrepreneuriat a été créé en 1999 pour étudier les relations complexes entre l'entrepreneuriat et la croissance économique. L'étude GEM s'appuie sur trois sources principales de données empiriques :

1. une enquête téléphonique auprès d'un échantillon représentatif d'au moins 2000 personnes âgées entre 18 et 64 ans dans les 42 pays associés au projet ;
2. des entretiens avec 36 experts en entrepreneuriat dans chaque pays et
3. un ensemble de données nationales standardisées produites par des organisations internationales (OCDE, Banque mondiale, FMI, BIT).

Dix conditions ont été arrêtées par le GEM : protection de la propriété intellectuelle, transfert de RD, infrastructure physique, programmes gouvernementaux en entrepreneuriat, enseignement et formation (post secondaire), politique du gouvernement (législation, charge fiscale), soutien aux entreprises à fort potentiel de croissance, accès au financement, politique du gouvernement (prise en compte de l'entrepreneuriat, normes socioculturelles, ouverture du marché interne, enseignement et formation (primaire et secondaire) et création d'entreprise par les femmes.

Le GEM définit l'entrepreneuriat comme le processus qui consiste à identifier, évaluer et exploiter des opportunités d'affaires. L'exploitation d'opportunités conduit le plus souvent à la création d'une nouvelle entreprise. Il reste toutefois difficile de préciser à partir de quel moment une nouvelle entreprise existe : lorsque la raison sociale est inscrite au registre du commerce ? Quand le business plan a été arrêté ? Lorsque la première vente a eu lieu ? On peut cependant considérer que le processus de création d'entreprise passe par deux phases : (1) émergence du projet, les ressources sont rassemblées et les équipes se forment, et (2) démarrage : l'entreprise commence à vendre ses produits et à se faire connaître sur le marché. L'entrepreneuriat ne se limite pas à la création d'entreprise.

Pour prendre en compte l'ensemble du phénomène entrepreneurial, l'étude GEM intègre les variables suivantes :

1. les entrepreneurs dans des entreprises émergentes : personnes travaillant sur des projets de création d'entreprise en gestation (rédaction du business plan, développement du prototype, dépôt d'un brevet, recherche de capitaux, contrats avec des clients potentiels),
2. les entrepreneurs dans des entreprises nouvelles : propriétaires dirigeants d'entreprise qui ont payé des salaires depuis moins trois ans et demi au moment de l'enquête,
3. taux d'activité entrepreneuriale (TAE) : entrepreneurs émergents + entrepreneurs nouveaux (indicateur de l'activité économique au sens large),
4. entrepreneurs dans des entreprises établies : propriétaires dirigeants d'entreprise ont payé des salaires depuis plus trois ans et demi au moment de l'enquête : travailleurs indépendants travaillant seul à son compte, patron de PME, propriétaires dirigeants d'entreprises familiales.

Les rédacteurs du rapport ont mis en évidence une relation négative entre le PIB par habitant et l'activité entrepreneuriale pour les pays à faible et moyen revenu. Cette relation est largement positive dans les pays à haut revenu (Etats-Unis : 7,6% ; France : 5,8%). Le développement économique des pays pauvres résulte plus d'économies d'échelle, de gros projets d'infrastructure et d'emplois fournis par les grandes entreprises. Ce n'est qu'après avoir atteint un certain seuil de développement que les effets positifs de l'entrepreneuriat se font sentir. Ce qui pourrait expliquer le taux élevé de la Chine (tableau 4).

Tableau 4 : Taux d'activité entrepreneuriale (TAE) : nombre d'entrepreneurs émergents et nouveaux en pourcentage du nombre total d'adultes âgés de 18 à 64 ans en 2010

Pays	Taux d'activité entrepreneuriale
France	5,8 %
Japon	3,3 %
Royaume-Uni	6,4 %
Etats-Unis	7,6 %
Chine	14,4 %

Source : GEM, Executive rapport 2011, page 24.

<http://www.gemconsortium.org/download/1326191251967/GEM%20GLOBAL%20REPORT%202010rev.pdf>

Excepté le Japon, la France est a priori le pays où le taux d'activité entrepreneuriale est le plus faible. Ce résultat est validé par le baromètre de l'entrepreneuriat d'Enst & Young pour 2011 selon lequel seulement 24% des entrepreneurs interrogés (sur plus d'un millier) pensent que la France est un pays dont la culture encourage l'initiative et la création, très loin derrière l'Inde (98%), la Chine (92%), les Etats-Unis (88%), l'Allemagne (78%), le Royaume Uni (76%) et le Japon (55%) (*Les échos*, 18/10/2011).

A priori, créer un cadre propice à la création d'entreprise est insuffisant pour promouvoir l'entrepreneuriat. Pourtant, depuis la fin des années 1990, l'Etat français a fait preuve d'un fort dynamisme législatif sur ce point.

3. Des lois tous azimuts : la loi d'initiative économique (2003), la loi de modernisation économique (2008) et la loi Allègre (1999)

Depuis la fin des années 1990², trois grands textes de lois ont été promulgués pour promouvoir l'entrepreneuriat en France (tableau 5). Le premier, par ordre chronologique, est spécifique à l'entrepreneuriat scientifique (loi de 1999 sur l'innovation et la recherche), le deuxième a pour objectif majeur de faciliter la création d'entreprise (loi pour l'initiative économique de 2003) et la troisième est notamment à l'origine du statut de l'auto-entrepreneur (loi de modernisation de l'économie de 2008). Il ne s'agit pas de détailler chacun de ces textes de lois, mais de mettre l'accent sur un processus qui a débuté depuis la fin des années 1990 et qui vise à assouplir le cadre administratif de la création d'entreprise en France. Toutes les catégories de la population peuvent être concernées : les salariés, les hommes et les femmes, les jeunes et les personnes âgées, les diplômés ou non diplômés, les chômeurs ou les salariés. Un ensemble de dispositions a été prévu. La loi de 2003 d'initiative économique constitue une étape importante dans ce processus puisque d'une part elle vise à alléger la

² La volonté visant à promouvoir l'entrepreneuriat ou tout au moins à protéger les petites entreprises est bien antérieure à cette période : loi Royer en 1973, suppression de la patente en 1977 remplacée par la taxe professionnelle.

procédure administrative de création, mais aussi et surtout en supprimant le principe d'un montant de capital minimum pour créer une SARL. La loi de 2008 de modernisation économique va dans le même sens en créant le statut de l'auto-entrepreneur. La création d'une auto-entreprise est ouverte à tous, que l'on soit salarié ou demandeur d'emploi, étudiant ou même fonctionnaire³, qu'il s'agisse d'une activité principale ou complémentaire. Le chiffre d'affaires ne doit pas être supérieur à 80 000 euros HT pour une activité d'achat/revente, de vente à consommer sur place et de prestation d'hébergement ou de 32 000 euros HT pour les prestations de services. La procédure de création est très simple. Elle se fait par voie électronique. L'auto-entrepreneur reçoit un numéro SIREN.

Tableau 5 : Trois grandes lois en faveur de l'entrepreneuriat en France

Lois	Objets
Loi sur l'innovation et la recherche du 12/07/1999	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilité des hommes et femmes de la recherche vers l'entreprise : créer une entreprise, être consultant, participer au capital d'une entreprise, siéger dans le conseil d'administration d'une entreprise. • collaborations entre la recherche publique et les entreprises • cadre fiscal pour les entreprises innovantes le cadre juridique pour les entreprises innovantes
Loi pour l'initiative économique 1/8/2003	<ul style="list-style-type: none"> • Faire de la création d'entreprise un acte accessible à tous, rapide et simple (la loi ne fixe plus de capital minimum pour créer une SARL ; allègement des procédures administrative ; déclaration de la création d'entreprise par voie électronique, etc.) • faciliter la transaction entre le statut de salarié et celui d'entrepreneur • financer l'initiative économique (un salarié qui crée ou reprend une entreprise a le droit de conserver en parallèle son emploi salarié ; il peut aussi recourir à un congé pendant lequel son contrat de travail est suspendu • accompagner socialement les projets • faciliter le développement et la transmission des entreprises
Loi de modernisation de l'économie du 4/08/2008	<ul style="list-style-type: none"> • Mesures relatives au statut de l'entrepreneur individuel : nouveau régime simplifié « micro-social », instauration du versement libératoire de l'impôt sur le revenu pour les « micro-entrepreneurs » • mesures favorisant la création et le développement des PME • mesures simplifiant le fonctionnement des PME • mesures favorisant la reprise, la transmission, le « rebond »

B. L'entrepreneur socialisé ou l'entrepreneur à tout faire ?

La création d'entreprise tend à devenir la réponse pour un ensemble de maux sociaux et économiques : la création d'activité en premier lieu, la création d'emploi (et en premier lieu celui de l'entrepreneur lui-même lorsqu'il est lui-même l'unique salarié de l'entreprise), la reconversion de régions en déclin (comme l'agglomération dunkerquoise dans le Nord de la France et sur laquelle nous avons plus particulièrement travaillé) ou encore l'innovation, etc.

³ Les fonctionnaires sont nombreux à devenir auto-entrepreneurs selon la Commission de déontologie de la fonction publique. Les secteurs privilégiés sont : le commerce, l'hôtellerie, la restauration, métiers liés au bien-être et au conseil, les services à la personne, les travaux de BTP chez les particuliers. Les fonctionnaires qui optent pour ce statut ne réduisent pas leur activité professionnelle principale, mais profitent de leurs jours de congé pour exercer une activité complémentaire.

<http://www.initiatives.tv/1149-le-statut-de-l-auto-entrepreneur-profite-aux-fonctionnaires.html>

1. Créer des emplois et en premier lieu le sien

Dans le cadre d'une étude récente relative à l'évolution de l'emploi en France depuis le début des années 1960, l'INSEE (Marchand, 2010) en comparant la situation actuelle avec celle qui prévalait au début des années 1960, affirmait que l'emploi apparaissait aujourd'hui comme « éclaté » à plusieurs niveaux : celui des statuts et des situations d'activité entre emploi et chômage, des durées et rythmes de travail, des modes de rémunération ou des unités productives. Entre 1990⁴ et 2007, la part des emplois temporaires dans l'emploi salarié est passée de 10 à 15%. Le rédacteur de l'étude met l'accent sur la multiplication des statuts et sur la transformation du rapport salarial. Jusqu'aux années 1930, le salariat augmente. Il concerne en premier lieu les actifs non agricoles. Après la seconde guerre mondiale, on observe la quasi disparition de la paysannerie et le déclin des petits entrepreneurs, artisans et petits commerçants. Le taux de salariat passe de 56% au début du 20^e siècle à environ 90% à l'heure actuelle. L'emploi indépendant résiste dans certains secteurs (en particulier dans les services marchands et le bâtiment). L'auteur parle du regain des indépendants depuis ces dernières années comme le signe d'une adaptation à la crise, tant pour les individus en quête d'emplois que pour les grandes entreprises qui externalisent leurs activités périphériques en recourant à la sous-traitance.

La précarisation de l'emploi se reflète dans le développement d'un entrepreneuriat tout aussi précaire. A l'heure actuelle, la majorité des entreprises sont des entreprises imitatrices (ou des entrepreneurs imitateurs qui s'appuient sur des routines établies) pour reprendre à notre compte le vocable des économistes évolutionnistes. Elles sont créées par une seule personne selon l'INSEE⁵. En 2010, plus de 94% des entreprises créées (y compris les auto-entreprises) le sont sans salarié, depuis le début des années 2000, cette proportion est en augmentation. Et, moins de 4% sont créées avec un ou deux salariés. Seulement 1% des entreprises sont créées avec 10 salariés ou plus. Ces nouveaux entrepreneurs ont majoritairement une formation technique, mais nous observons aussi des différences importantes entre les hommes et les femmes : 19% (femmes) ou 27,4% (hommes) des nouveaux créateurs ont un CAP ou un BEP⁶, environ 10% (femmes et hommes) ont un Bac technique. Les femmes qui créent une entreprise sont relativement plus diplômées que les hommes (9% des femmes ont un BAC général contre 6,5% des hommes). 45,4% des femmes ont un diplôme supérieur au BAC, contre 34% pour les hommes. De même, plus de 18% des femmes qui ont créé leur entreprise en 2006 étaient sans activité contre seulement 8,5% des hommes. Le taux relativement fort d'entreprises créées par des femmes, en fonction du niveau de diplôme, est-il la contrepartie des difficultés auxquelles les femmes sont confrontées pour accéder au marché du travail ?

Toutefois, quel que soit le sexe ou le niveau de diplôme, la principale motivation de la création d'entreprise est l'emploi. Selon l'enquête SINE de l'INSEE plus de 61% des créateurs d'entreprise interrogés en 2006 déclaraient créer leur entreprise essentiellement pour créer son propre emploi. Une autre enquête plus précise de l'INSSE va dans le même sens, même si l'objectif premier par les interviewés est la volonté d'être indépendant (tableau 6) :

⁴ Il s'agit des données du recensement de 2007. C'est en 1990 que la question de l'emploi temporaire a été posée lors du recensement.

⁵ <http://www.insee.fr>

⁶ CAP : Certificat d'aptitude professionnelle ; BEP : Brevet d'études professionnelles.

Tableau 6 : Principales raisons ayant poussé à la création d'entreprise en France

Principales raisons ayant poussé à la création d'entreprise (1)	Pourcentage
Etre indépendant	60,7
Goût d'entreprendre et désir d'affronter de nouveaux défis	38,7
Opportunité de création	15,9
Perspective d'augmenter mes revenus	25,4
Idee nouvelle de produit, de service ou de marché	12,8
Exemples réussis d'entrepreneurs dans l'entourage	7,2
Sans emploi, a choisi de créer son entreprise	23,1
Sans emploi, y a été contraint	5,0
Seule possibilité pour exercer ma profession	8,9

(1) Les créateurs d'entreprise pouvaient indiquer jusque trois raisons différentes.

Source : INSEE, enquête Sine, 2006, interrogation 2006

L'innovation n'est pas la raison principale de la création d'entreprise (13% des réponses). Les raisons économiques sont au contraire largement mises en avant. Toujours selon l'INSEE (Kerjosse, 2007), les nouveaux créateurs en 2006 sont plus nombreux qu'en 2002 à créer leur entreprise pour créer leur propre emploi. En 2006, 113 000 chômeurs ont créé leur entreprise, soit 40% des créateurs. Cette proportion a augmenté de 6 points entre 2002 et 2006. Parmi les créateurs d'entreprise en 2006, le nombre de chômeurs a augmenté de 40 000 par rapport à 2002. Les chômeurs depuis moins d'un an sont plus nombreux que les chômeurs depuis plus d'un an. Mais, l'écart s'est réduit en 2002 et 2006, sans doute en raison du durcissement de l'indemnisation du chômage depuis 2004⁷. De plus, parmi les chômeurs créateurs d'entreprises, 70% (contre 50% en 2002) ont bénéficié de l'aide aux chômeurs créateurs ou repreneurs d'entreprises (ACCRES) qui les exonèrent de charges sociales pendant un an. Mais, l'écart se réduit entre les deux dates.

Par ailleurs, l'enquête SINE de l'INSEE pour 2009⁸ met en évidence un ensemble d'inégalités très fortes en matière de création et de pérennité d'entreprise. S'agissant d'entreprises créées en 2006 que :

1. Plus le créateur investit initialement plus l'entreprise est pérenne : les entreprises créées en 2006 avec au moins 80 000 euros d'investissement sont 2,1 fois plus souvent actives en 2009 que celles créées avec moins de 2000 euros. Or, 54% des entrepreneurs ont investi moins de 8000 euros et seulement 8% au moins 80 000 euros ;
2. Les entreprises créées par des personnes âgées de moins de 30 ans et par des chômeurs cessent leur activité plus rapidement ;
3. Plus le créateur est diplômé, meilleures sont ses chances de survie de son entreprise. 71% des entreprises en 2006 par des diplômés de l'enseignement supérieur sont toujours actives en 2009, contre seulement 58% des entreprises créées par des non-diplômés.
4. Cependant le dispositif d'aide aux chômeurs créateurs d'entreprise semble remplir son objectif puisque les entreprises aidées sont presque aussi pérennes que les autres.

Cependant, en 2005, selon l'INSEE (Boutillier, Uzunidis, 2009), une entreprise sur 20 fait partie d'un groupe, français ou étranger. Plus de la moitié des salariés des entreprises (soit 6,5 millions) y travaillent. Les entreprises des groupes produisent plus de 60% de la valeur ajoutée, détiennent la majeure partie des immobilisations et 80% des actifs nets. Les groupes

⁷ Depuis le 1/1/2004, la durée de l'indemnisation a été réduite (de 30 à 23 mois).

⁸ <http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/irweb.asp?id=sine2009>.

sont constitués d'un ensemble d'entreprises dont ils sont propriétaires, mais exercent aussi leur pouvoir sur un grand nombre de petites (le tiers des PME françaises vit dans le sillage des grandes). Celles-ci trouvent leur place dans ce vaste espace créé par les groupes (sous-traitants, franchisés, fournisseurs, transporteurs, etc.). Le groupe offre des opportunités de création de nouvelles entreprises lorsque, par exemple, pour des raisons de réduction des coûts, il externalise certaines de ses fonctions (maintenance, nettoyage, traitement de données, construction, etc.) ; il devient aussi leur bourreau lorsque la conjoncture est mauvaise. Selon une étude plus récente de l'INSEE (Cottet, 2010), les salariés du secteur privé travaillent aujourd'hui dans des entreprises plus grandes qu'il y a trente ans. Ces entreprises englobent une ou plusieurs sociétés (et forment des groupes, qui englobent elles-mêmes un ou plusieurs établissements. Le rédacteur de l'étude souligne un fait d'importance au regard de notre étude : mais si les entreprises, centres de décision et des orientations stratégiques, ont grandi au fil du temps, ce n'est pas le cas des établissements qui sont désormais plus petits. Les entreprises ont donc grandi en rassemblant de plus en plus d'établissements. Est-ce cette recomposition des grandes entreprises, à travers des réseaux de sous-traitance, que l'on peut nommer « société entrepreneuriale » ?

2. Redynamiser des territoires en déclin

En dehors des mesures visant à promouvoir la création d'entreprises, dans le cadre d'une politique d'aménagement du territoire, des mesures ont également été arrêtées depuis ces dix dernières années pour stimuler l'innovation en favorisant les synergies entre les entreprises (quelle que soit leur taille) et les institutions de la recherche scientifique (en premier lieu les universités). Le Comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire (CIADT) du 14 septembre 2004 a défini une nouvelle stratégie industrielle fondée sur le développement de pôles de compétitivité. Les comités des 12 juillet 2005 et du 6 mars 2007 ont labélisé 71 pôles de compétitivité. Une nouvelle vague de labellisation de six pôles dans le domaine des écotecnologies (dont le pôle pour la valorisation des déchets dans le Nord-Pas de Calais) et de délabialisation de six autres pôles est intervenue le 11 mai 2010.

Depuis une vingtaine d'années, les économistes et les pouvoirs publics se penchent sur « l'économie locale », comme niveau géographique et économique d'organisation de la production, et, par conséquent, d'émergence d'entrepreneurs, de nouvelles activités, de nouveaux biens et services, de nouveaux emplois, de nouveaux revenus... L'économie locale a acquis ses lettres de noblesse suite à la mise en œuvre des politiques de décentralisation, d'aménagement du territoire et de responsabilisation économique des collectivités territoriales. Elle est caractérisée par un ensemble de relations entre tous les acteurs, privés et publics, du territoire ; la nature, la densité et l'intensité de ces relations donnent un avantage spécifique à l'économie locale. Exemple, les « milieux innovateurs » en France. La Délégation à l'aménagement du territoire et l'action régionale a entrepris à partir de 1998 des actions de recensement et de promotion des systèmes productifs locaux et des districts industriels pour les transformer, plus récemment, en pôles de compétitivité. Ceux-ci sont des combinaisons sur un espace géographique donné d'entreprises, de centres de formation et d'unités de recherche publiques ou privées, engagés dans une démarche partenariale destinée à dégager des synergies autour de projets communs au caractère innovant⁹ (aéronautique et espace en Aquitaine, pharmacie à Lyon, santé à Paris, systèmes de sécurité à Nice, agro-ressources en Champagne, etc.). La création d'entreprises innovantes de haute technologie,

⁹Site web du gouvernement, <http://www.competitivite.gouv.fr>

essaimées par les laboratoires de recherche régionaux, est un des objectifs capitaux de la démarche de régionalisation de l'innovation. Ce dispositif avait pour but cependant non pas de redynamiser les régions en déclin, mais de promouvoir l'innovation à partir d'un pôle existant.

La nouvelle économie géographique (Bellone et Maupertus, 2000 ; Crozet et Lafourcade, 2009) a cherché à déterminer les critères de localisation des entreprises, mettant en avant des régions qui se caractérisent par un fort dynamisme économique et entrepreneurial. Trois grands déterminants sont généralement privilégiés : accès au marché, coûts de production (travail, capital, subventions diverses) et les externalités technologiques. Dans ce processus, l'entrepreneur joue, en règle générale, un rôle fondamental. Ainsi Baldwin et Krugman (2004) estiment que la création d'une nouvelle variété de biens différenciés nécessite l'emploi d'un entrepreneur dont la rémunération constitue un coût de production. Cet entrepreneur est parfaitement mobile (contrairement aux salariés peu qualifiés), d'où le nom de « footloose entrepreneur » (ou « entrepreneur libre ») donné à ce modèle. Chaque entrepreneur rejoint la région qui lui offre le niveau de revenu net d'impôt le plus élevé pour y créer une nouvelle variété de bien (Forslid et Ottaviano, 2003 ; Pflüger et Südekum, 2008). D'une manière générale, un lien étroit est établi entre le territoire, le dynamisme entrepreneurial et le développement économique (Audretsch et Feldman, 1996 ; Acs, 2002 ; Benko et Lipietz, 2000 ; Claval, 2008 ; Julien, 2004 ; Rallet et Torre, 2005 ; Veltz, 1993).

Les raisons de la richesse des régions sont multiples : positionnement géographique, histoire, ressources naturelles et humaines, présence de grandes entreprises innovantes, de centres de recherche et de petites entreprises innovantes. L'étude des clusters et autres pôles technologiques dans différentes parties du monde a mis en évidence les synergies qui opèrent entre milieux innovateurs et acteurs économiques (Laperche et Uzunidis, 2011 ; Zimmermann, 2008). Mais, le développement territorial ne se décrète pas. S'il semble assez facile ex post de mettre en avant les relations synergiques qui ont favorisé le développement d'un territoire donné, il nous paraît plus difficile d'identifier les blocages et freins. Les travaux traitant de la « dépendance de sentier » ont cependant permis des blocages susceptibles d'influer sur le développement d'un territoire. La notion d'encastrement social des institutions est en effet riche d'enseignements (Laperche, Uzunidis, 2011). Les blocages ne résident pas par exemple dans le manque de ressources naturelles, mais dans des structures sociales inadéquates qui favorisent une reproduction économique à l'identique. Les individus ne cherchent pas à innover. Ils reproduisent des comportements acquis. En combinant l'analyse du territoire et le concept de capital social, Bourdieu (1980), Coleman (1988, 1990), Putman (1993, 1995) et Granovetter (2000, 2003, 2006) soulignent que le capital social peut dans certains cas avoir des effets négatifs en freinant le changement et en favorisant la conformité (Portes, Landolt, 1996). Un degré élevé d'encastrement social peut provoquer le déclin des régions (Grabher, 1993 ; Laperche, Uzunidis, 2011). La théorie évolutionniste (Nelson et Winter, 1982), que nous avons appliquée plus haut à l'entrepreneuriat, a pour objet l'étude des comportements des agents économiques en fonction de processus d'apprentissage et de coordination en vertu de procédures de tâtonnement. Certaines régions auraient ainsi des difficultés pour s'orienter vers de nouvelles activités. Dans ces conditions, une région dont le développement économique s'est appuyé pendant plusieurs décennies sur la grande industrie et le salariat sera confrontée à d'importantes rigidités pour assurer sa reconversion dans de nouvelles activités. Ces rigidités sont tant qu'économiques (en termes de ressources financières), en capital humain (ressources en savoirs et compétences) que culturel (du salariat à l'entrepreneuriat).

Nombre d'études montrent que les individus ne créent pas une entreprise dans une région donnée parce que celle-ci se singularise par son dynamisme entrepreneurial ou parce qu'elle concentre des ressources importantes dans différents domaines, mais plus simplement parce qu'ils y sont nés ou encore ils y résident. Ce constat nous conduit à mettre l'accent sur des facteurs économiques, démographiques et sociaux plus variés : poids des obligations familiales, coût et difficulté de la mobilité géographique, valorisation d'un réseau de relations sociales construit depuis l'enfance (relations de voisinage, professionnelles, amicales ou familiales) (Barthe, Beslay, Grossetti, 2008 ; Bourdeau-Lepage, Huriot, 2009 ; De Barros et Zalc, 2007 ; Moulaert, Mehmood, 2008 ; Reix, 2008). La proximité géographique s'inscrit dans une proximité cognitive et sociale, dans une proximité organisée par les individus eux-mêmes en fonction des objectifs qu'ils se sont donnés (Zimmermann, 2008). L'entrepreneur crée son entreprise sur le territoire où il dispose d'un réseau de relations sociales qu'il contrôle, contribuant du même coup à réduire l'incertitude propre à l'économie dans laquelle il est inséré.

La majorité de ces futurs entrepreneurs créeront, peut-être, leur entreprise dans la région (voire dans la ville) où ils sont nés et/ou ils résident. Au-delà des caractéristiques objectives (géographiques, économiques, sociales, administratives, etc.) d'un territoire, celui-ci se caractérise aussi par une dimension subjective relative au vécu (Reix, 2008) des individus qui le peuplent. La dimension vécue du territoire transparaît dans un réseau de relations sociales (familiales, professionnelles, amicales, de voisinage, etc.) tissées entre les individus, construit souvent depuis l'enfance. Pourtant, on constate que la grande majorité de ces futurs créateurs n'est pas issue d'une famille d'entrepreneur (et ont été salariés avant de créer cette entreprise), mais aussi que la famille contribue très chichement au financement de cette création. Ces futurs entrepreneurs sont d'origine sociale modeste. Ils sont généralement issus d'un milieu social défavorisé (ouvrier ou employé, souvent en situation de demandeur d'emploi au moment de la création). Leurs familles ne sont ni en situation d'apporter des conseils sur le plan managérial, ni celui de bailleurs de fonds.

L'ensemble de ces théories tend à montrer qu'il existe une relation forte entre les entreprises et le territoire. Mais, l'exercice devient beaucoup plus difficile lorsqu'il s'agit de passer de stade de l'analyse à celui de la définition de mesures de politiques économiques pour relancer l'activité économique d'un territoire donné. Ainsi les pôles de compétitivité ont réuni des entreprises et des centres de recherche existants. Ce ne sont pas des créations d'entreprises. Pourtant, la création d'entreprises est généralement perçue comme le moyen grâce auquel il est possible de redynamiser un territoire en récession. La question est d'autant plus difficile quand il s'agit de régions qui sur plusieurs décennies se sont développées grâce à l'emploi salarié et aux grandes entreprises (création des pôles industriels des années 1960/1970). A l'heure actuelle, les ambitions des responsables des collectivités territoriales sont beaucoup plus modestes. L'accent est mis sur la création d'entreprises, et comme nous l'avons souligné plus haut sur la création d'au moins un emploi, celui de l'entrepreneur. Mais, ces petites entreprises travaillent avec un petit nombre de clients (généralement moins de 10) (Kerjosse, 2007).

3. Innover !

Il est difficile d'évaluer la capacité des petites entreprises (entreprises de moins de 10 salariés) à innover. Les statistiques sont peu nombreuses. En règle générale, ne sont prises en considération que les entreprises d'au moins 20 salariés (c'est le cas par exemple des

statistiques du SESSI). Pourtant, la question du dynamisme des petites entreprises en matière d'innovation est un sujet qui a maintes fois été traité. Nous y avons fait référence dans la première partie de ce texte au regard de la théorie de l'entrepreneur. L'entrepreneur a été depuis J.-B. Say qualifié d'innovateur, change du changement technologique, économique et social en allant contre les routines établies. A l'heure actuelle, quelques réussites spectaculaires depuis les années 1980 (Apple, Microsoft, Google, Facebook, etc.) tentent à montrer que de grandes entreprises ont d'abord été de petites entreprises créées dans ... un garage ou une chambre d'étudiants. Cependant au-delà de ces quelques exemples spectaculaires, le lien entre petites entreprises et innovation ne va pas forcément de soi. Nous avons pu le constater dans le cadre des pages précédentes, qu'il s'agisse des résultats issus des enquêtes de l'INSEE réalisées au niveau national. L'on peut presque se demander si créer son emploi ne constitue pas à l'heure actuelle une forme d'innovation dans la mesure où l'entreprise ainsi créée doit avant tout perdurer.

Notre objectif n'est pas ici de faire le bilan des innovations ayant été créée par de petites entreprises, mais plutôt de mettre l'accent sur deux phénomènes qui se sont développés depuis ces vingt dernières années : d'une part la restructuration des grandes entreprises autour de leur métier de base, ce qui les a conduites à externaliser une grande partie de leur activité considérée comme secondaire. D'autre part, le fait que l'on assiste à la création de petites entreprises dans des activités de services (garde des enfants, soins de personnes âgées, éducation, etc.), en réponse à la démission de l'Etat et/ou des collectivités territoriales dans ces domaines (voir par exemple le développement d'entreprises de services pour les particuliers).

Le rapport d'OSEO sur les PME 2011 (OSEO, 2011, pp.85-95) est riche d'enseignements. Il montre que les entreprises innovantes ne sont forcément des entreprises de petite taille (parmi les PME) et surtout que le nombre d'entreprises innovantes est en régression. Pour 2010, les rédacteurs du rapport mettent en avant les faits suivants relatifs à l'innovation¹⁰ dans les PME :

1. Baisse de 11% entre 2009 et 2010 en matière de création d'entreprises innovantes toute taille confondue,
2. Augmentation de l'âge des entreprises innovantes : une PME sur 2 se situe entre 10 et 26 ans (contre 8 et 23 ans en 2009),
3. Les unités de petite taille (les micros entreprises, soit des entreprises de moins de 10 salariés) se concentrent essentiellement dans les activités spécialisées, scientifiques, l'informatique et la communication,
4. Augmentation du nombre de création de micro-entreprises en informatique (logiciel, multimédia, services en RD,

¹⁰ Une entreprise innovante est définie par OSEO selon les critères suivants : elles ont bénéficié au cours de l'année étudiée d'un versement de la part d'OSEO au titre d'une aide à l'innovation de l'année ou précédemment accordée ; elles ont obtenu en 2010 de l'octroi d'un prêt ou d'une garantie OSEO au titre de leur projet d'innovation ou de leur activité générale si elles sont innovantes par ailleurs ; elles ont obtenu en 2010 la qualification « entreprise innovante » au titre des Fonds communs de placement dans l'innovation délivrée par OSEO ; elles ont mobilisé auprès d'OSEO en 2010 une créance sur le Crédit Impôt recherche. Ces situations reflètent leur engagement dans un processus d'innovation au cours de l'année considérée. Leurs projets d'innovation couvrent la recherche de nouveaux produits, procédés ou services que changements d'organisation, de méthodes de vente... Ces projets peuvent donc aussi bien déboucher sur des premières nationales ou internationales que sur une nouveauté au niveau de l'entreprise (OSEO, 2011, p. 94).

5. Prédominance des micro-entreprises de 1 à 3 ans s'explique par un effectif médian de 1 personne au démarrage de l'activité et de 3 salariés en deuxième et troisième année de création,
6. l'âge médian des entreprises recensées comme innovantes est de 14 ans. Ce sont donc des entreprises matures qui innovent pour prendre ou conserver une avance technologique sur ses concurrents. Au priori, le nombre d'entreprises créées pour mettre en œuvre un projet d'innovation est relativement faible.

CONCLUSION

La société entrepreneuriale qui se dessine depuis ces trente dernières années reste une société où l'emploi salarié reste dominant. Dans les pays industrialisés, plus de 80% de la population active est salariée. Cependant, on observe également à la fois une précarisation de l'emploi salarié (CDD et emploi intérimaire), mais également l'apparition de nouveaux statuts comme celui de l'auto-entrepreneur, qui constitue dans certains cas une espèce de statut hybride entre le salariat et le statut d'entrepreneur, quand il permet par exemple à des salariés d'obtenir par ce moyen un complément de rémunération.

L'objectif de ce texte a été de tracer les contours de la société entrepreneuriale en devenir, en tentant de l'illustrer avec des exemples pris sur le terrain, suite à des travaux de recherche réalisés dans l'agglomération dunkerquoise depuis quelques années dans le cadre universitaire. Les phénomènes entrepreneuriaux qui s'y passent ne résument pas tout ce qui se passe ailleurs. Mais, ils constituent une illustration grandeur nature des modalités de transition de la société salariale à la société entrepreneuriale.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ACS Z. J. (2002), *Innovation and the Growth of Cities*, E. Elgar.
- ALDRICH H. E., (2011eds), *An Evolutionary Approach to Entrepreneurship*, Edward Elgar.
- AUDRETSCH D., FELDMAN M., (1996), RD Spillover and the Geography of Innovation and Production, *American Economic Review*, N° 86, pages 630-640.
- AUDRETSCH D., (2007), *The entrepreneurial Society*, Oxford University Press.
- AUDRETSCH, D., (2006), « L'émergence de l'économie entrepreneuriale », *Reflets et perspectives*, Vol. XLV, n° 1, pp. 43-70.
- BALDWIN R. E, KRUGMAN P., 2004, Agglomeration, Integration and tax harmonization, *European Economic Review*, N° 1, Vol 48, pages 1-23.
- BARTHE J. F., BESLAY Ch., GROSSETTI M., (2008), Choix de localisation et mobilisation des ressources dans la création d'entreprises innovantes, *Géographie Economie Société*, N° 1, Vol 10, pages 43-63.
- BELLONE F., MAUPERTUIS M.-A., (2000), Nouvelle économie géographique et dynamique de l'innovation : une relecture des configurations centre-périphérie, *Revue Région et Développement*, N° 11, pp. 1-29.
- BENKO G., LIPIETZ A. (coord) (2000), *La richesse des régions*, Presses Universitaires de France.
- BERLE A., MEANS G. (1932), *The Modern Corporation and Private Property*, MacMillan.
- BOURDEAU-LEPAGE L., HURIOT J.-M. (2009), Proximités et interactions : une reformulation, *Géographie Economie Société*, N° 3, Vol 11, pages 233-249.
- BOURDIEU P., (1980), Le capital social, *Actes de la recherche en sciences sociales*, N° 31, pages 2-3.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2010), *L'entrepreneur, force vive du capitalisme*, Editions Bénévent.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1995), *L'entrepreneur. Une analyse socio-économique*, Economica.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1999), *La légende de l'entrepreneur*, Syros.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2006), *L'aventure des entrepreneurs*, Studyrama.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2010), *L'entrepreneur, force vive du capitalisme*, Bénévent.

- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., (2009), Le capitalisme et ses acteurs : perspective historique. Capitalisme et entrepreneurs, *Les Cahiers français*, n°349, pp 18-22.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2011), De l'incertitude du marché au risque des affaires : l'entrepreneur. Que nous enseigne la théorie économique, 7^e Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, 12-15 octobre, Paris.
- CHABAUD D., NGIJOL J. (2005), « La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance des opportunités de marché », *Revue internationale des PME*, Vol 18, n°1.
- CHABAUD D., NGIJOL J. (2010), « Quels réseaux sociaux dans la formation de l'opportunité d'affaires ? », *Revue Française de Gestion*, n° 206, pp. 129-147.
- CHANDLER A., (1977), *La main visible des managers*, Economica.
- CLAVAL P., 2008, Espace et territoire. Les bifurcations de la science régionale, *Géographie Economie Société*, N°2, vol 10, pages 157-184.
- COLEMAN J. (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge University Press.
- COLEMAN J., (1988), Social capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, n°94, pages 95-120.
- COLEMAN J., (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge University Press.
- COTTET V., (2010), Depuis 30 ans, les grandes entreprises concentrent de plus en plus d'emplois, *INSEE PREMIERE*, N°1289, avril.
- CROZET M. & LAFOURCADE M., (2009), *La nouvelle économie géographique*, Coll. Repères, La découverte.
- DAVIET J.-P., (2001), Mémoire de l'entreprise française du XIX^e siècle, *Revue d'Histoire du XIX^e siècle*, N°23, pages 105-119.
- DE BARROS F., ZALC C., (2007), En quête d'indépendance, enquête d'appartenance. Salariés, patrons et familles dans une petite entreprise textile à Lens dans l'après-guerre, *Sociétés contemporaines*, N°68, pages 23-35.
- FACCHINI F., (2007), Entrepreneur et croissance économique : développements récents, *revue d'économie industrielle*, N°119, pages 55-84.
- FACCHINI F., KONNING M., (2008), Quelle place pour l'entrepreneur dans les théories de la croissance régionale ?, Colloque Rimouski, session « dynamiques entrepreneuriales et renouvellement des systèmes productifs », 25-26-27 août.
- FORLID R, OTTAVIANO G. I. P, (2003), An analytically solvable core-periphery model, *Journal of Economic Geography*, Vol 3, N° 3, pages 229-240.
- GALBRAITH J. K., (1968), *Le nouvel état industriel*, Gallimard, édition originale 1967.
- GARNER H., MEDA D., SENIK C., (2006), La place du travail dans les identités, *Economie et Statistique*, N°393-394, pages 21-40.
- GRABHER G. (1993), *The Embedded Firm: On the socio-economics of Industrial Networks*, Routledge.
- GRANOVETTER M., (2000), La force des faibles, dans Granovetter M., dans *Le marché autrement*, Desclée de Brouwer, première publication de l'article « la force des liens faibles » en anglais, 1973.
- GRANOVETTER M., (2003), La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs, *Terrains et Travaux*, N°4, pages 167-206.
- GRANOVETTER M., (2006), L'influence de la structure sociale sur les activités économiques, *Sociologies pratiques*, N°13, pages 9 à 36.
- GROSSETTI M., BARTHE J.-F. (2008), Logiques sociales et spatiales de la création d'entreprises innovantes, *Géographie Economie Société*, N°1, Vol 10, pages 5-7.
- JAEGER C., (1982), *Artisanat et capitalisme. L'envers de la roue de l'histoire*, Payot.
- JULIEN P.-A., (2004), *Entrepreneuriat et connaissance. Une théorie du dynamisme régional endogène par les PME : la métaphore des romans policiers*, Presses Universitaires du Québec.
- JULIEN P.-A., MARCHESNAY M., (1988), *La petite entreprise*, Vuibert.
- KERJOSSE R., (2007), Créer son entreprise : assure d'abord son propre emploi, *INSEE Première*, N° 1167, décembre.
- KIRZNER I, (1997), Entrepreneurial Discovery and the the Competitive Market Process: An Austrian approach, *Journal of Economic Literature*, Vol 3, N°3, pages 60-85.
- KIRZNER I, (2005), *Concurrence et esprit d'entreprise*, Economica.
- LANDSTROM H., LOHRKE F. (2010dir), *Historical Foundations of Entrepreneurship Research*, E. Elgar.
- LAPERCHE B., UZUNIDIS D. (2011), Crise, innovation et renouveau des territoires : dépendance de sentier et trajectoires d'évolution, *Innovations. Cahiers d'économie de l'innovation*, N° 335, pages 159-182.
- MARCHAND O., 2010, 50 ans de mutations de l'emploi, *INSEE Première*, N° 1312, septembre.
- MARX K. (1976), *Le capital*, Editions Sociales, édition originale 1867 pour le livre 1.
- MISES von L., (2004), *Abrégé de l'Action humaine, Traité d'économie*, Les belles lettres, édition originale de *L'action Humaine, Traité d'économie* en 1949.

- MOULAERT F. & MEHMOOD A., (2008), Analyser le développement régional. De l'innovation territoriale à la géographie de « dépendance du sentier », *Géographie Economie Société*, N°2, Vol 10, pages 199-222.
- Murphy A. E., (1997), *Richard Cantillon. Le rival de Law*, Hermann, Editeurs des sciences et des arts, édition originale 1986.
- NELSON R. R. & WINTER S. G. (1982), *An Evolutionary theory of economic change*, Harvard University Press.
- OSEO, *PME 2011*. La documentation française.
- PERROUX F., (1965), *La pensée économique de J. Schumpeter. Les dynamiques du capitalisme*, Librairie Droz
- PIORE M. J., SABEL C. F., (1989), *Les chemins de la prospérité*, Hachette littérature, édition originale 1984.
- PORTES A., LANDOLT P. (1996), Unsolved Mysteries: The Tocqueville Files II, *The American Prospect*, 7 (26), pages 18-21.
- PUTMAN R. D., (1993), *Making Democracy Work*, Princeton University Press, Princeton.
- PUTMAN R., (1995), Bowling Alone: America's declining Social Capital , *Journal of Democracy*, N°6, pages 65-78.
- RALLET A., TORRE A., (2002), Proximité Géographique ou Proximité Organisationnelle ? Une analyse spatiale des coopérations technologiques dans les réseaux localisés d'innovation, *Economie Appliquée*.
- REIX F., (2008), L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrément relationnel et attachement symbolique, *Géographie Economie Société*, N° 1, vol 10, pages 29-41.
- SCHUMACHER E. F., (1979), *Small is beautiful*, Seuil, édition originale 1973.
- SCHUMPETER J. A. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz (édition originale 1911).
- SCHUMPETER J. A. (1979), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, édition originale 1942.
- SCHUMPETER J.A. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, édition originale 1911.
- VELTZ P., (1993), D'une géographie des coûts à une géographie de l'organisation », *Revue économique*, Vol 44, Juillet, pp. 671-684.