

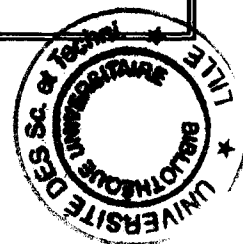
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES DE LILLE

Université des Sciences et Technologies de Lille

**L'ENTREPRENEURIALITE
ET LA
CREATION D'ENTREPRISES**

Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion

Jean-Pierre VARLET



Directeur de la Recherche : Monsieur le Professeur **Jean-Pierre DEBOURSE**
Professeur des Universités
Directeur Général du Groupe ESC Lille

Rapporteurs : Monsieur le Professeur **Marcel CAPET**
Professeur Emérite à l'Université de Paris I

Monsieur le Professeur **Jean-Jacques OBRECHT**
Professeur à l'Université Louis Pasteur de Strasbourg

Suffragants : Monsieur **Jean-Michel COULIER**
Commissaire à la Reconversion Industrielle du Nord
Pas-de-Calais

Monsieur **Alain DEREUDDRE**
Président Directeur Général de Valeur et Finance

Monsieur le Professeur **Pierre LOUART**
Professeur à l'Université de Lille I

Monsieur le Professeur **Jean-Pierre RAMAN**
Professeur à l'Université de Lille I

- 1995 -

TOME 2

Partie III : La création d'entreprises	296
Sous-partie I : Une approche systémique de la création d'entreprises	298
Chapitre X : Les finalités du système de la création d'entreprises	300
Chapitre XI : Le modèle de la création d'entreprises	334
Sous-partie II : L'action en faveur de la création d'entreprises	360
Chapitre XII : La justification et les conditions de l'action en faveur de la création d'entreprises	361
Chapitre XIII : L'environnement entrepreneurial	386
Chapitre XIV : Les programmes d'actions entrepreneuriales	413
Sous-partie III : La validation du modèle et la création d'entreprises dans le Nord-Pas-de-Calais	459
Chapitre XV : Du créateur potentiel à la nouvelle entreprise	460
Chapitre XVI : La création d'entreprises dans le Nord-Pas-de-Calais	491
Conclusion	524
Bibliographie	531

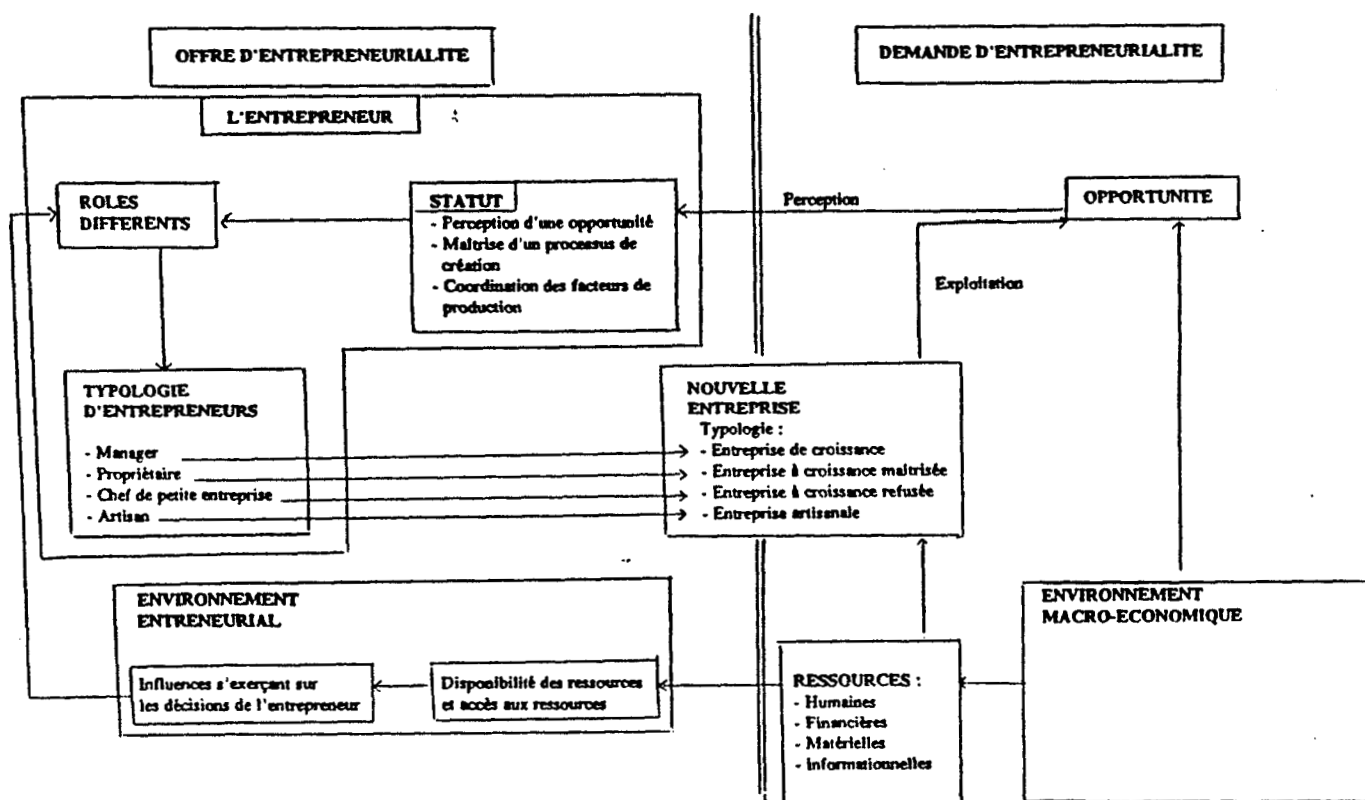
PARTIE III :

LA CREATION D'ENTREPRISES

L'offre et la demande d'entrepreneuriabilité ont successivement été analysées, la demande étant constituée par les opportunités pouvant être exploitées par de nouveaux entrepreneurs (ou ne pouvant l'être que par eux), l'offre par les candidats entrepreneurs. La rencontre offre-demande se concrétise par l'apparition de nouvelles entreprises.

Jusqu'à présent notre démarche a été analytique et était adaptée à l'étude des deux aspects de l'entrepreneuriabilité, même si les inter-relations sous jacentes ont pu apparaître : par exemple, les opportunités exploitées par certaines entreprises sont à l'origine d'autres opportunités, ou bien la création de nouveaux rôles d'entrepreneurs en réaction à des rôles proposés.

Pour rendre compte du phénomène de la création d'entreprises, nous pouvons opter pour une approche en termes de rapprochement entre l'offre et la demande d'entrepreneuriabilité, approche qui peut se représenter de la manière suivante :



Si l'on peut imaginer qu'à un instant précis il y a situation d'équilibre entre l'offre et la demande, rien ne permet d'affirmer que cet équilibre soit optimal. L'équilibre optimal serait celui qui assure, au niveau macro-économique, une allocation de ressources satisfaisante aux nouvelles entreprises, en permettant, à un moment donné, à tous les candidats entrepreneurs de pouvoir créer leur entreprise, et d'exploiter ainsi les opportunités existant à ce même moment.

Les limites de ce modèle apparaissent clairement :

- Il y a impossibilité de préciser si le nombre de nouvelles entreprises (et leur répartition) est optimal, compte tenu notamment de l'impossibilité de recenser d'une manière exhaustive les opportunités existant à un moment donné. Cet aspect a été développé (Chapitre I).

- Il n'y a pas prise en compte des inter-réactions existant entre les différents éléments du modèle. Le caractère statique empêche, par exemple, de faire apparaître la rétro-action de l'exploitation d'opportunités sur l'environnement socio-économique.

- Enfin, le phénomène de la création d'entreprise se trouve isolé et ne nous informe pas des conséquences de ce phénomène au plan économique et au plan social.

En fait, impossibilité d'appréciation des résultats du modèle, absence de dynamique et isolement sont liés à une approche rationaliste classique de l'étude du phénomène de la création d'entreprises. Cette démarche cartésienne se caractérise par quatre préceptes : d'évidence, réductionniste (priorité à l'analyse), causaliste (raisonnement linéaire) et d'exhaustivité¹

Il est donc nécessaire de dépasser cette approche rationaliste classique, et ceci pour deux grandes catégories de raisons :

- D'une part, l'approche systémique que nous adopterons permettra de présenter une explication plus complète du phénomène de la création d'entreprises que celle présentée ci-dessus (Sous-Partie I).

- D'autre part, cette "méthodologie" - l'approche systémique - permettant de rassembler et d'organiser les connaissances en vue d'une plus grande efficacité de l'action² sera également utile pour définir l'action en faveur de la création d'entreprises (Sous - Partie II).

¹ Daniel Durand " *La systémique* " PUF 1987

² Joël de ROSNAY " *Le Macroscop* " Editions du seuil 1975

SOUS-PARTIE I :

UNE APPROCHE SYSTEMIQUE DE LA CREATION D'ENTREPRISES

Les définitions de la notion de système sont relativement nombreuses.

Peuvent être citées celle de Joël de Rosnay : "un système est un ensemble d'éléments en interaction dynamique, organisés en fonction d'un but" ⁸ et celle d'Edgar Morin : "Unité globale organisée d'inter-relations entre éléments, actions ou individus" ⁴.

D'une manière plus générale, quatre concepts fondamentaux caractérisent la notion du système ⁵ :

- L'interaction entre les éléments, ou action réciproque modifiant le comportement ou la nature de ceux-ci.

- La totalité : un système n'est pas une somme d'éléments, c'est un tout non réductible à ses parties. Le tout permet l'apparition de qualités émergentes que ne possédaient pas les parties.

- L'organisation, correspond à un agencement de relations entre composants à l'origine d'une nouvelle entité possédant des qualités que n'ont pas ses composants.

- La complexité : son degré dépend à la fois du nombre des éléments du système et du nombre et des types de relations qui lient ces éléments entre eux.

S'opposant à l'approche rationaliste classique, l'approche systémique s'articule autour des quatre préceptes suivants⁶ :

- * de pertinence (par rapport au chercheur)
- * de globalisme (par rapport à l'environnement du système)
- * téléologiques (recherche de comportements du système)
- * d'agrégativité (en vue d'une représentation simplificatrice).

Il faut encore préciser quelques caractéristiques de la théorie générale des systèmes s'appliquant au phénomène de la création d'entreprises ⁷.

⁸ " *Le Macrocospe* " op. cit.

⁴ " *La méthode* " Tome 1 Editions du seuil 1977.

⁵ D. Durand " *La Systémique* " - op. cit..

⁶ D. Durand Idem

⁷ J. L. LE Moigne " *Les systèmes de décision dans les organisations* "

Le système est un :

- ensemble borné dont on définit les frontières, elles-mêmes directement dépendantes des objectifs du système. Ces objectifs peuvent avoir des désignations diverses : buts, projets, finalités... "C'est parce qu'il est doté d'un objectif au moins qu'un système est différent de l'ensemble par lequel on le décrit"⁹. Les finalités du système de la création d'entreprises seront donc étudiées (Chapitre X).

- La théorie des systèmes nous amène à représenter l'ensemble auquel on s'intéresse. Un modèle de la création d'entreprises sera donc élaboré (Chapitre XI).

⁹ Idem



CHAPITRE X : LES FINALITES DU SYSTEME A LA CREATION D'ENTREPRISES

Un système ne fonctionne pas sans but. C'est le sens très opératoire donné à ce terme de finalités ; il n'y a aucune référence à un finalisme pris dans le sens philosophique.

Le système de la création d'entreprises ne fonctionne pas isolément. Il s'insère dans d'autres sphères, participe aux finalités d'autres systèmes plus globaux. Le système de la création d'entreprises appartient à la sphère économique, ensemble d'activités de production, d'échange, de consommation, constituant une première sphère des activités humaines.

Pour René Passet ¹⁰, la sphère économique, définie comme système, est orientée par sa finalité (la satisfaction des besoins humains), animée par ses agents (les ménages, les entreprises, l'Etat...), caractérisée par ses interdépendances et coordonnée par ses régulations.

"Cependant, pour aussi fondamentales qu'elles soient, ces activités ne sauraient englober l'ensemble des préoccupations humaines : par delà le domaine du calcul, il existe tout un univers de l'inspiration, de l'affectivité, de l'esthétique, du sacré... dans lequel les hommes trouvent généralement leurs raisons de vivre"¹¹.

La sphère économique s'insère donc dans une sphère plus vaste des activités humaines, celle-ci s'ouvrant à son tour sur " l'univers plus large de la matière vivante et inanimée - la biosphère - qui l' englobe et la dépasse".

Après avoir situé le système de la création d'entreprises dans un ensemble global, il nous faut réduire et préciser.

Réduire, en effet, parce que notre étude se limitera aux sociétés dans lesquelles la propriété privée connaît une large diffusion, la concurrence doit normalement se pratiquer, le choix des consommateurs doit pouvoir se faire, et la création d'entreprise est libre.

Il faut également préciser que les finalités du système de la création d'entreprises participent aux finalités de la sphère économique (relatives à la satisfaction des besoins humains) et en inter-relation avec la sphère des activités humaines, poursuivent un but très global, celui du bien-être social.

Compétitivité de l'économie, création d'emplois, aménagement du territoire, régulation sociale, sont à la fois les conséquences du phénomène de la création d'entreprises et les finalités du système.

S'il n'y a pas de hiérarchie entre ces quatre finalités, il y a forcément des liaisons entre-elles. Par exemple, une économie davantage compétitive est à même d'entraîner une création d'emplois dans les firmes existantes.

¹⁰ *"L'économie et son vivant"* Payot 1979.

¹¹ R. Passet op. cit p.10

Section I : la compétitivité de l'économie.

La compétitivité d'une économie est une notion relative qui ne vaut que par comparaison avec un ensemble international avec lequel elle échange ou est susceptible d'échanger.

Les composantes de la compétitivité au niveau macro-économique sont nombreuses : prix, productivité, nombre et taille des entreprises, investissements productifs, structures de commercialisation...

La compétitivité d'une entreprise se mesure à sa capacité à prendre position sur un marché, en respectant une contrainte de rentabilité, ceci par une constante faculté d'adaptation et une maîtrise dans la gestion de ses ressources qui lui donne un avantage par rapport à ses concurrentes.

L'offre nationale est composée de l'ensemble des entreprises opérant sur le territoire. La compétitivité d'une économie est le résultat d'une offre suffisante, correspondant à des demandes solvables, dans les conditions donnant aux entreprises nationales des avantages par rapport à leurs concurrentes étrangères.

La relation entre la compétitivité de l'économie et la création d'entreprises sera à la fois directe et indirecte. Directe, dans la mesure où les nouvelles entreprises participent à la compétitivité de l'offre. Indirecte, parce que les nouvelles entreprises stimulent et confortent les entreprises existantes.

§ 1 - Les nouvelles entreprises participent directement - quantitativement et qualitativement - à la compétitivité de l'offre.

Deux aspects sont à distinguer dans la relation directe entre compétitivité et création d'entreprises : d'une part, un aspect quantitatif, dans la mesure où les nouvelles entreprises assurent le renouvellement du tissu productif ; d'autre part, un aspect qualitatif, par les avantages compétitifs qu'elles peuvent détenir.

A - Le renouvellement du tissu productif

Sans adhérer à une vision biologique de la vie des entreprises ("une entreprise naît, vit, meurt" selon l'expression souvent entendue), on peut observer que des firmes disparaissent, dans des proportions qu'il est difficile d'établir avec une précision très forte, les cessations d'activité n'étant pas toujours déclarées ¹².

La création d'entreprises est donc nécessaire pour contrebalancer les disparitions, la confrontation des flux de création et de disparition ayant une incidence sur les variations du parc d'entreprises sur une période.

A partir des études du CEPME, Bernard Guesnier ¹³ a analysé l'évolution de l'appareil de production des entreprises de taille inférieure à 500 salariés.

¹² Il ressort d'une enquête de "qualité" réalisée en 1986, à partir d'un échantillon d'entreprises, qu'environ 14 % des entreprises sont considérées à tort comme actives..

¹³ ("Recomposition spatiale de l'appareil de production" in Industrie et Territoires en France". Notes et Etudes documentaires - La Documentation Française 1993

Les composantes du renouvellement de la population des entreprises apparaissent dans le tableau ci-dessous :

Stock 1981	Disparition du stock 1981	Créations 1981-1991	Cessations 1981-1991	Stock 1991
2 003 600	- 540 700	1 943 000	- 1 239 000	
	↓ Entreprises pérennes		↓ Flux net	
	↓	+	↓	=
	1 462 900		704 000	2 166 900

Sources : Crédit d'équipement des petites et moyennes entreprises (CEPME), INSEE.

La variation positive du parc d'entreprises de 163 300 unités (2 166 900 en 1991 - 2 003 600 en 1981) est le résultat de la distribution des différents flux au renouvellement du tissu productif :

Stock (1981)	Flux brut de création (1981-1991)	Disparition du stock (1991)	Disparition du flux (1981-1991)	Entreprises pérennes	Flux nets	Stock 1991	Part du stock	Variation relative
2 003 600 100 %		- 540 700 27 %		1 462 900 73 %		1 462 900	68 %	
	1 943 000 100 %		- 1 239 000 64 %		+ 704 000 36 %	704 000	32 %	
2 003 600					+ 163 300	2 166 900	100 %	+ 8 %

Sources : CEPME, INSEE, *op. cit.*

Globalement donc, le nombre d'entreprises a augmenté de 8 % sur la période considérée. Cette approche quantitative, très immédiate, pourrait amener à la conclusion d'un renouvellement du tissu productif assuré par la création d'entreprises, et validé par le fait que presque une entreprise sur trois a moins de dix ans.

Cependant, il n'y a pas de phénomène de reproduction à l'identique de ce tissu. En se renouvelant, le tissu productif se modifie :

- Certains secteurs connaissent des soldes positifs entre les flux de création et de disparition ; d'autres, des soldes négatifs. L'augmentation globale du parc ne doit pas faire ignorer les mouvements.

Secteurs	Parc au 1 ^{er} janvier 1991	Créations (1981-1990)	Disparitions (1981-1990)			Parc au 1 ^{er} janvier 1991		
			Ensemble	Entreprises anciennes	Entreprises nouvelles	Ensemble nouvelles	Entreprises anciennes	Entreprises nouvelles
Industrie	204 600	193 000	184 000	76 700	108 000	212 900	127 900	85 000
Bâtiment et travaux publics	345 700	250 000	280 600	145 600	135 000	315 100	200 100	115 000
Commerce	678 700	585 000	605 300	184 300	421 000	658 400	494 400	164 000
Transports	70 600	58 000	51 000	17 000	34 000	77 600	53 600	24 000
Hôtellerie-café-restauration	176 000	97 000	65 500	10 500	55 000	207 500	165 500	42 000
Services	528 000	760 000	592 600	106 600	486 000	695 400	421 400	274 000
Ensemble	2 003 600	1 943 000	1 779 700	540 700	1 239 000	2 166 900	1 462 900	704 000

Sources : CEPME, INSEE, *op. cit.*

- A l'intérieur d'un secteur, l'analyse peut également être affinée : si, dans le secteur du BTP, le nombre d'entreprises a diminué de près de 9 % entre 1981 et 1990, il y a eu une modification relativement profonde, avec une orientation des activités davantage tournée vers le second oeuvre du bâtiment que vers l'entreprise générale.

- Des nouvelles entreprises ne représentent que 20 % du parc de 1991 dans le secteur de l'hôtellerie, café, restauration, alors qu'elles représentent près de 40 % des secteurs des services et de l'industrie.

- Les nouvelles entreprises ont une capacité d'offre inférieure à celle des entreprises disparaissant. Au delà d'observations très générales (disparitions de grands établissements, apparition de petites unités), un indicateur relativement précis peut être choisi avec l'emploi¹⁴.

En conclusion, sur un plan quantitatif, la création d'entreprises apparaît comme étant nécessaire pour contribuer au renouvellement du tissu productif. Cependant, un maintien global du nombre d'entreprises, ou une augmentation de celui-ci, n'assure pas obligatoirement ni une offre équivalente, ni une offre suffisante. Nous ne reviendrons pas sur ces deux aspects¹⁵. Par contre, certaines caractéristiques des nouvelles entreprises les font participer qualitativement à la compétitivité de l'économie.

B - Les avantages compétitifs des nouvelles entreprises.

Il est difficile d'apprécier systématiquement cette dimension qualitative de la participation des nouvelles entreprises à la compétitivité d'une économie. Nous ne disposons que d'indicateurs relatifs d'une part à l'étude d'échantillons de nouvelles entreprises et au relatif dynamisme des petites entreprises d'autre part.

¹⁴ Les statistiques UNEDIC seront présentés dans la Section II.

¹⁵ Chapitre I

Néanmoins, ces éléments pour fragmentaires qu'ils soient, permettent d'étayer notre analyse : des nouvelles entreprises innover, s'attaquent à de nouveaux marchés et sont davantage flexibles à la fois dans leur adaptation au marché et dans leur processus de production.

a) Des nouvelles entreprises innover.

Cette caractéristique a déjà été évoquée et le sera encore¹⁶. Quelle est la proportion des nouvelles entreprises innovatrices dans le nombre total de créations d'entreprises ? Compte tenu notamment des difficultés de définition, plusieurs études ont été menées sur ce thème et aboutissent à des résultats différents.

Dans une étude publiée en 1985¹⁷, les statistiques sont relatives à la création d'entreprises industrielles dans trois catégories : les industries traditionnelles, les industries modernes et les industries de pointe (parachimie, produits pharmaceutiques, matériels électrique, constructions aéronautiques, instruments et matériels de précision, machines de bureau, matériels de traitement de l'information).

Avec un flux annuel moyen de 683 entreprises créées sur la période 1980-1983, le taux de création d'entreprises dans les industries de pointe s'établit à 5,3 %.

Si l'on peut penser qu'il y a une forte corrélation entre créations dans les industries de pointe et exploitation d'une innovation, nous ne pouvons l'établir formellement. D'autre part, de nouveaux entrepreneurs peuvent innover dans les industries traditionnelles et modernes.

D'après une enquête nationale menée par l'ANCE sur les profils, comportements et conditions de création au cours de la période 1980-1987¹⁸, il y a 12 % des entreprises qui fabriquent un produit ou proposent des services totalement nouveaux n'existant pas sur le marché avant 1975. Les procédés de fabrication postérieurs à 1975 sont utilisés par 22,5 % des entreprises de l'échantillon. Au total, 28,15 % des entreprises (306 cas) possèdent une innovation technique.

Philippe Albert et Philippe Mougnot¹⁹ proposent de distinguer trois types d'entreprises :

- Les entreprises de technologie avancée qui développent et/ou exploitent des nouvelles technologies dans différentes applications pour différents marchés et présentant notamment les caractéristiques suivantes : dépenses de R et D importantes ; proportion élevée de personnel hautement qualifié ; capacité de suivre dans leurs domaines, les résultats des laboratoires de recherche et de les mettre en oeuvre ; potentiel de croissance rapide et, enfin, appartenance à des secteurs d'activités qui sont souvent bouleversés par des changements technologiques importants (composants électroniques, productique, matériaux nouveaux, nouvelles applications de l'informatique,...).

- Les entreprises innovatrices qui lancent des produits ou des procédés nouveaux ayant un contenu technologique, à partir de technologies classiques ou avancées ; ces entreprises ont, certaines, des caractéristiques des E.T.A., mais leur savoir-faire est surtout développé dans l'application de la technologie aux utilisations du marché auquel ces entreprises innovatrices s'adressent.

¹⁶ notamment dans le chapitre XIII avec l'étude des complexes de technologies avancée aux Etats-Unis.

¹⁷ C. Gomez "Le renouvellement du tissu industriel : le rôle des industries de pointe 1980-1983" *Economic et PME* n° 1 - 1985 - pp. 16-23

¹⁸ "Les créateurs d'entreprises" ANCE - 1988

¹⁹ "La création d'entreprises high-tech" *Revue Française de Gestion* - Mars, Avril 1988 pp.106-118

- Les entreprises innovantes sont des entreprises industrielles traditionnelles qui lancent des produits ou des services nouveaux, ou qui utilisent des processus, des modes de commercialisation ou des modes de gestion nouveaux sans qu'il y ait nécessairement un contenu technologique.

Les estimations rapportées par Philippe Albert et Philippe Mougnot font apparaître que 4/1000 des nouvelles entreprises créées chaque année en France seraient des entreprises innovatrices et 1/1000 des entreprises de technologie avancée.

L'ANVAR a mis en oeuvre une procédure "création d'entreprise" permettant la participation au financement des études préalables à la création confiées à des prestataires, les entreprises créées ayant accès aux aides à l'innovation.

	1986	1987
Procédure création d'entreprises	115	158
Aides à l'innovation à des entreprises de moins d'un an	258	256
Nombre total de créations (INSEE)	192 100	175 200
Proportion des Jeunes entreprises ayant bénéficié de l'aide	1,34 %	1,46 %

"Nous pensons cependant que, si l'on applique avec rigueur le critère moins d'un an lors de l'attribution des aides", le chiffre de 258 correspondant à 1986 mériterait d'être réduit à un peu plus de 70 (...). Si on estime à 150 le potentiel de créations annuelles (en R.F.A.), les chiffres de l'ANVAR apparaissent bien importants... Et tout cela souligne la difficulté de comparaisons statistiques en absence de définition stricte et homogène ²⁰.

Cette absence de définition stricte et homogène conduit aux estimations suivantes :

- Une entreprise sur mille se créant serait une entreprise de technologie avancée.

- En ce qui concerne les entreprises innovatrices, la fourchette d'estimation peut se situer entre 0,4 % et plus de 5 %, cette fourchette pouvant néanmoins se réduire à 1,5 % - 4 %, compte tenu des aides ANVAR accordées et des déclarations de créateurs enquêtés.

²⁰Ph Drcain - A.Y. Portnoff "Entreprises : la relève par l'innovation" - Science et Technologie n° 9 - octobre 1988 - pp.14-18.

- Enfin, les entreprises innovantes constitueraient 28,15 % des entreprises créées ; l'importance de ce chiffre s'explique à la fois par le fait qu'il s'agit de déclarations de créateurs et par la définition relativement large de l'innovation.

S'il est difficile de définir avec précision la proportion de nouvelles entreprises innovantes, il semble bien que ce soit les jeunes entreprises qui innovent et que les petites unités ont une capacité innovatrice relativement forte.

Ainsi, selon une enquête publiée en 1984 ²¹, il apparaît que 31 % des PME qui innovent ont moins de cinq ans (et que la création d'entreprise représente 20 % des motifs "essentiels" de l'innovation). D'autre part, il a été établi aux Etats-Unis, que la capacité innovatrice des PMI était 24 fois plus élevée que celle des grands groupes ²².

La contribution des nouvelles entreprises qui innovent à la compétitivité d'une économie est certaine. S'agissant plus particulièrement des nouvelles entreprises de technologies avancées, Philippe Albert et Philippe Mougnot ²³recensaient les raisons d'aider à leur création, raisons qui sont autant d'éléments participant aux finalités du système de la création d'entreprises.

Les caractéristiques des nouvelles entreprises de technologie avancée à relier à ces finalités sont les suivantes :

- "Elles sont directement créatrices d'emplois nobles à haute technicité et indirectement d'emplois induits en nombre élevé ;
- Elles permettent de développer un capital technologique spécifique qui renforce la qualité du tissu industriel ;
- Elles peuvent avoir une capacité de croissance élevée ;
- Il s'agit d'entreprises qui vendent des produits à forte valeur ajoutée, ayant fréquemment une capacité d'exportation ;
- Ce sont des industries propres et non polluantes ;
- Elles sont considérées comme des éléments stratégiques pour le tissu économique local en diffusant un comportement plus innovateur dans les entreprises existantes ;
- Enfin, elles sont censées remplacer le tissu industriel vieillissant et apporter avec elles, activité, richesse, emplois et développement".

b) La capacité des nouvelles entreprises à être davantage flexibles, à la fois dans leur adaptation au marché et dans leur processus de production.

Parmi vingt deux propositions pour que les entreprises françaises réussissent mieux dans la compétition mondiale ²⁴, certaines s'appliquent particulièrement aux nouvelles entreprises :

- "Qu'on développe beaucoup l'innovation avec de nouveaux produits, de nouveaux marchés, de nouveaux emplois".

²¹ "Radiographie de l'innovation dans les PME" - Science et Techniques n° 1 - février 1984 - pp. 57-63.

²² Etude citée par M. Bayen "Enjeux technologiques : formation en priorité" Futuribles n° 73 - janvier 1984 - pp. 49-64.

²³ "La création d'entreprises high-tech" op. cit.

²⁴ "Compétitivité : l'entreprise doit encore convaincre" L'Usine Nouvelle n° 47 - 19 novembre 1987 - pp.4-10

- Que les entreprises développent en priorité leur capacité à bien vendre ce qu'elles produisent.

- Que des efforts soient consentis pour améliorer la qualité des produits.

-Que les entreprises sachent mieux prendre en compte les besoins des consommateurs".

Il faut noter que dans l'adéquation entre l'offre nouvelle constituée par l'entreprise créée et la demande potentielle ²⁵, les éléments de compétitivité ci-dessus entrent pour une large part. A la limite, toute nouvelle entreprise se pérennisant a fait sienne ces propositions. Ceci peut d'ailleurs être illustré par de nombreux cas de création.

Dans un article d'INC-Magazine²⁶, il apparaît que la tendance à la création de petites entreprises est apparente dans tous les secteurs industriels et, dans de nombreux cas, les créateurs n'ont aucune expérience de l'industrie. "Beaucoup viennent des activités de services, où ils se sont spécialisés dans le marketing, le management ou la finance. Ils sont dépourvus d'idées préconçues sur l'industrie".

Les autres caractéristiques significatives de ces nouvelles entreprises industrielles sont les suivantes :

- Les unités de production créées sont petites. Le choix est celui des faibles volumes d'une forte valeur ajoutée et de fortes marges, et permettant de conserver un état-major léger.

- Il faut adapter les produits aux besoins spécifiques des clients, notamment par la création d'un vrai service client, et en étant très attentif aux évolutions du marché.

- Enfin, ces nouvelles entreprises se concentrent sur la flexibilité de la production et visent la productivité maximale.

§ 2 - Les nouvelles entreprises stimulent et confortent les entreprises existantes.

Il s'agit d'examiner maintenant la relation indirecte entre la compétitivité de l'économie et la création d'entreprises, sous un double aspect, celui de la stimulation et de la confortation des entreprises existantes par les nouvelles entreprises.

A - La stimulation par la concurrence et l'exemplarité

Dans la "Théorie de l'évolution économique" ²⁷, Schumpeter caractérise la forme et la matière de l'évolution par l'exécution de nouvelles combinaisons, concept englobant cinq cas :

1) Fabrication d'un produit nouveau ou modification d'un produit existant.

2) Introduction d'une méthode de production nouvelle ou de nouvelles modalités dans la commercialisation du produit.

3) Ouverture d'un débouché nouveau (notamment l'attaque de nouveaux segments de marché).

²⁵ Voir chapitre III.

²⁶ publié par Tertielle n° 36 - mai 1988 - pp.82-87.

²⁷ Librairie Dalloz 1935.

4) Conquête de nouvelles sources de matières premières ou de produits semi-ouvrés.

5) Réalisation d'une nouvelle forme d'organisation.

Les nouvelles combinaisons, en général, sont exécutées par de nouveaux opérateurs : "Ce ne furent pas en général, les maîtres de postes qui établirent les chemins de fer" note Schumpeter. Les firmes existantes peuvent être concernées de deux façons par les nouvelles combinaisons des entreprises se créant :

- La concurrence est directe au niveau du produit, des méthodes de commercialisation, des marchés...et cette situation peut entraîner des réactions de la part des offreurs.

- Les nouvelles combinaisons relatives aux méthodes de production, à l'utilisation de nouveaux matériaux et de nouvelles formes d'organisation... peuvent être adoptées par les firmes existantes.

a) Les réactions des offreurs face à l'arrivée de nouveaux concurrents.

Schématiquement, trois types de situations peuvent se présenter :

- indifférence totale à l'égard du nouvel entrant,

- tentative d'élimination de celui-ci,

- intégration de cette modification de l'environnement des entreprises existantes dans leur stratégie et leurs politiques.

Dans le premier cas, l'arrivée de nouvelles entreprises ne provoque aucune réaction et ceci pour plusieurs raisons : la relative clandestinité de la nouvelle entreprise, sa modestie dans son action commerciale, l'appréciation de l'inexistence d'un danger quelconque...Les barrières à l'entrée du secteur, si elles ne sont pas infranchissables, peuvent donner à penser aux firmes existantes qu'elles assurent une relative protection.

Dans le second cas, déjà évoqué ²⁸, les firmes existantes peuvent tenter d'éliminer les nouveaux entrants, sans qu'il y ait pour autant modification de leurs politiques par la concurrence nouvelle. dans les deux cas, il n'y a pas stimulation des entreprises existantes. Pour qu'il y ait stimulation, il faut que la nouvelle combinaison proposée soit perçue comme une menace ou une opportunité à intégrer dans la stratégie.

Chronologiquement, les organisations existantes peuvent adopter deux démarches : tenter d'éliminer le nouvel entrant ou n'y parvenant pas, se résoudre à réagir en modifiant leur propre stratégie.

L'apparition d'entreprises de courses en France, venant concurrencer le monopole des PTT, incite d'abord cette Administration à vouloir faire respecter le monopole par des saisies, puis à réagir en traitant le courrier urgent avec engagement de respect de délais, en créant la société Française de messagerie internationale, notamment pour concurrencer les coursiers internationaux ²⁹.

Claude Viancin, essaimé de Téfal pour créer Vivalp, doit faire face à une accusation de débauchage de cadres et de concurrence déloyale, avant de parvenir à un accord avec son

²⁸ Chapitre III

²⁹ Défis n° 14 pp.7-14 n° 26 p.43.

ancien employeur. Vivalp parvient à conquérir rapidement 3 à 5 % des ventes en France de petit électro-ménager. Vivalp réussit parce que l'entreprise était à l'écoute de la distribution, avait une très grande souplesse de production, mettait en oeuvre une créativité constante et une très grande rapidité dans le lancement de nouveaux produits. "Mais les leaders ne sont pas des monstres inertes..." constatait un cadre de Vivalp ³⁰.

Le lancement de nouveaux produits par des firmes existantes peut être la conséquence d'initiatives prises par de nouvelles entreprises. Si des lecteurs ont pu redécouvrir les textes de P. Gadenne, c'est grâce aux rééditions effectuées par Actes Sud et la Découverte. "Ce n'est que devant le succès de leurs ouvrages que Gallimard et les Editions du Seuil ont décidé de rééditer les autres textes de cet auteur, qui était tombé quelque peu dans l'oubli"³¹.

"Peut-on concurrencer IBM ? ... (les) nouveaux venus - du moins ceux qui réussissent (...° luttent sans véritablement attaquer ou bien ils se tiennent soigneusement à l'écart des chemins fréquentés par IBM, ou bien ils vivent en symbiose avec lui et contribuent même à son succès..." constatait Myron Magnet en 1984 ³². Cependant, en 1986, Amstrad s'attaquait à IBM en présentant un ordinateur personnel complet et obligeait IBM à lancer de nouveaux ordinateurs plus performants et à des prix relativement faibles par rapport à ceux de sa gamme.

"L'un des facteurs les plus puissants de la créativité et du progrès dans l'économie concurrentielle est l'apparition d'entreprises qui se créent sur une idée nouvelle et viennent contester la position des entreprises existantes" écrivait Octave Gélinier ³³, un des autres facteurs pouvant être l'exemplarité des nouvelles entreprises.

b) l'exemplarité de nouvelles entreprises

Les nouvelles combinaisons proposées par Schumpeter, initiées par de nouvelles entreprises, peuvent être adoptées par des firmes existantes qui, à ce titre, seront stimulées par cet effet d'exemplarité.

Nous avons déjà noté que les nouvelles entreprises de technologie avancée pouvaient être considérées comme des éléments stratégiques pour le tissu économique local en diffusant un comportement plus innovateur dans les entreprises existantes ³⁴.

Les caractéristiques des nouvelles entreprises industrielles telles qu'elles ont été présentées peuvent également être adoptées par des firmes existantes : petites unités de production, flexibilité, recherche d'une productivité maximale... Certaines entreprises se scindent en plusieurs unités. C'est l'exemple de Bull périphériques à Belfort qui a décentralisé ses ateliers en six unités, aboutissant à " des fonctions bien responsabilisées, à des objectifs bien définis et à une confrontation avec le marché sur les coûts, les délais, la qualité. Nous sommes passés d'une organisation râteau à une structure par technologies disposant d'un maximum de maîtrise. En outre, la structure décentralisée fait apparaître les dysfonctionnements beaucoup plus rapidement"³⁵.

Si l'intrapreneurialité s'est développé au sein de grandes organisations, c'est bien pour exploiter les atouts des nouvelles combinaisons proposées par les nouvelles entreprises.

³⁰ Ph. REILLER " *La manoeuvre du franc-tireur* " 16 novembre 1984 pp. 98-101

³¹ P.J. Benghozi et C. Moine " *Petit éditeur peut-il devenir grand ?* " Annales des Mines - septembre 1987 - pp.18-27

³² L'Expansion - 21 septembre - 4 octobre 1984 - p.260.

³³ " *Le secret des structures compétitives* " Editions Hommes et Techniques 1966 p.163.

³⁴ Ph. Albert et Ph. Mougnot op. cit.

³⁵ " *Bull Belfort une grosse usine, six PMI* " Patrice Malina Tertiél n° 7 septembre 1985.

Dans ces conditions, peut-on présenter la nouvelle entreprise comme modèle de l'entreprise compétitive ?

Pour Alain d'Iribarne³⁶, la PME est devenue le modèle de l'entreprise compétitive, suite à la remise en cause du modèle de la grande entreprise à régulation bureaucratique, caractérisé par une production de masse standardisée, appuyée sur une organisation du travail "taylorisée", recherchant systématiquement des économies d'échelle et fonctionnant selon des procédures bureaucratiques. Or, une "organisation soumise à un environnement incertain a intérêt à fonctionner suivant une logique décentralisée, peu formalisée, s'appuyant sur un personnel polyvalent et autonome ainsi que sur une gestion plus fondée sur l'expérimentation et la rétroaction que sur la planification".

"Le modèle de la PME, nouvellement valorisé est en définitive, un modèle de gestion de l'instabilité et de l'incertitude..".

B - La complémentarité entre entreprises existantes et entreprises nouvelles.

Nous avons déjà observé que l'activité des firmes existantes étaient à l'origine d'opportunités pouvant être exploitées par de nouvelles entreprises ³⁷. Il s'agit de montrer que, dans une relation de complémentarité, les entreprises existantes peuvent être confortées par de nouvelles entreprises, avec lesquelles elles peuvent travailler en réseaux, constituer un véritable partenariat et dont elles peuvent susciter la création.

a) Les réseaux d'entreprises et les partenariats industriels.

"La remise en cause du modèle d'entreprise intégré est incontestable. On en vient à des formes diverses de spécialisations fonctionnelles où l'entreprise coordonne des producteurs et des prestataires divers. Non seulement une partie de la fabrication est sous-traitée, mais l'extériorisation fonctionnelle touche aussi la conception des produits, les études d'application et la commercialisation"³⁸. Les exemples de cette remise en cause sont nombreux : le secteur automobile, le textile, l'électronique grand public...

Ces phénomènes d'externalisation peuvent être expliqués par trois logiques : une logique de compétitivité (acheter des fournitures à meilleur prix) ; une logique de choix d'investissements (il vaut mieux investir dans la conception de nouveaux produits, par exemple dans des équipements de production et il peut être intéressant d'alléger son endettement) ; enfin, une logique de gestion qui permet de privilégier la qualité, de se spécialiser et d'améliorer la flexibilité.

"Ainsi, se crée progressivement une nouvelle organisation économique où les entreprises s'organisent en réseau. Nouveauté toute relative d'ailleurs, car, une telle structure fut familière aux siècles passés.

Ce réseau peut se définir comme un système constitué de producteurs, concepteurs, distributeurs, gestionnaires et financiers qui concourent solidairement à la satisfaction d'une même demande finale.

Pour une firme, l'externalisation des fonctions succède ainsi à l'organisation centralisée et verticale, anciennement fondée sur le principe de l'internalisation.

Au sein de ce réseau, les grands donneurs d'ordre négocient des contrats avec leurs partenaires (fournisseurs de premier rang). Ceux-ci répercutent une partie de la charge de

³⁶ "PME, innovations Technologiques et compétitivité économique" - Revue d'Economie Industrielle n° 38 - 4e trimestre 1986 - pp. 1-12.

³⁷ Chapitre I

³⁸ J.C Brabant et Ph. Chanut "Les Réseaux créateurs de richesses" Annales des Mines - juin 1989 pp. 16-27.

travail sur les sous-traitants de deuxième rang. On assiste ainsi à une distribution des activités qui se répartissent selon leur complexité en différents noeuds du réseau, pas nécessairement situés en France³⁹.

Entre les membres d'un réseau peuvent se nouer des relations de partenariat industriel défini "comme l'établissement entre donneur et preneur d'ordres de relations d'une certaine durée fondée sur une recherche en commun d'objectifs à moyen ou long terme dans des conditions permettant la réciprocité des avantages"⁴⁰.

Le développement observé du partenariat industriel concomittant avec la constitution de réseaux d'entreprises, peut être à l'origine de nouvelles entreprises :

- Parce que dans le phénomène d'externalisation, certaines activités doivent être assurées et que ces opportunités peuvent être saisies par des entreprises se créant.

- Parce que dans la pratique du partenariat, la recherche d'objectifs à moyen ou long terme permet à la nouvelle entreprise d'assurer la rentabilité de son exploitation au cours de la phase de démarrage.

- Enfin, la diffusion de ces opportunités pouvant adopter des modalités diverses, notamment les bourses de sous-traitance, peut également passer par une politique d'essaimage des firmes existantes.

b) La constitution de réseaux d'entreprises partenaires par l'essaimage.

Le terme essaimage, rappelons le, présente une certaine ambiguïté :

- Il désigne le phénomène de création d'une entreprise par un salarié d'une entreprise existante. C'est la traduction de "spin-off" ; il peut s'agir simplement de désigner le fait que tel créateur d'entreprise était salarié de telle firme ⁴¹, sans qu'il y ait, de la part de cette entreprise, une quelconque action volontariste.

- L'essaimage désigne également la politique adaptée par une firme existante à favoriser de façon systématique la création d'entreprises par ses salariés. Les motifs d'adopter une telle politique peuvent être divers : restructuration et nécessité de réduction des effectifs, reconversion de certaines catégories de personnel...

Une seule série de motifs nous intéressent ici : la constitution d'un réseau d'entreprises partenaires s'inscrivant dans une des deux stratégies, l'externalisation des activités ou le développement de l'entreprise essaimeuse.

1 - L'externalisation des activités.

Trois logiques d'externalisation ont été évoquées et interviennent dans l'adoption d'une politique d'essaimage.

- La logique de la compétitivité amène l'entreprise à sous-traiter lorsqu'elle pense qu'une production externalisée serait moins coûteuse que sa propre fabrication et que le désinvestissement dans ces activités en direction de salariés essaimés lui serait profitable.

Cette démarche peut être tout à fait satisfaisante pour deux raisons :

³⁹ J.C. Brabant et PH Chanut op. cit.

⁴⁰ Publication du Ministère de l'Industrie - commission technique de la sous-traitance - septembre 1986

⁴¹ Cet aspect a été présenté dans le chapitre IV

* L'une tenant à la comptabilité analytique et à la relativité des coûts de production internes qui seraient supérieurs à ceux d'une unité plus légère.

* L'autre tenant aux caractéristiques d'une nouvelle entreprise, de petite taille, recherchant une productivité maximale et, organisée dans une recherche de réduction des coûts.

- La logique des choix d'investissement conduit l'entreprise à investir dans des activités qu'elle seule doit assumer et qu'elle considère comme décisives dans ses choix stratégiques et son image (conception de nouveaux modèles et commercialisation pour un conducteur automobile ; opérations de teinture, de coupe et de contrôle de la qualité pour Benetton...). Les capacités de financement d'investissement étant limitées, l'entreprise préfère favoriser l'essaimage dans l'exploitation d'activités qu'elle estime non essentielles : sous-traitance de capacité, prestations de certains services (tels transports, maintenance,...).

- La logique de la gestion peut inciter les entreprises à favoriser l'essaimage d'entreprises très spécialisées, assurant une qualité qu'elles peuvent contrôler, et davantage flexibles que leurs propres unités de fabrication.

2 - Le développement de l'entreprise essaimeuse.

Il s'agit pour l'entreprise essaimeuse de transférer des technologies de lancer des activités nouvelles, d'exploiter des opportunités considérées comme périphériques par rapport à son activité principale et de constituer autour d'elle une nébuleuse d'entreprises essaimées.

C'est le cas de Hewlett-Packard voulant que l'essaimeur et l'essaimé aient un intérêt commun à maintenir leurs liens et à développer des synergies. C'est également le cas de Thomson, qui "pour mettre en valeur le fort potentiel d'idées et de créativité scientifique ou technologique existant en son sein", invite ses salariés à "présenter un projet de création d'une entreprise industrielle, commerciale ou de service, de préférence dans des domaines en rapport avec les activités du groupe : "Les projets retenus pourront donner lieu à la création d'une filiale ou à une prise de participation minoritaire du groupe"⁴².

C'est encore le cas d'Elf-Aquitaine, qui préfère parler de "projet partagé" plutôt que de partenariat, en associant plusieurs partenaires complémentaires sur un projet, afin "d'offrir un système complet et pratique intégrant la fourniture de produits, de techniques, de résultats, de recherches et de services"⁴³.

C'est enfin le cas de Lesieur avec le "foisonnement", permettant de développer autour du groupe, un conglomérat de PMI à travers lesquelles, il s'intéresse à des activités d'avenir. Ces PMI développent (à moindre frais que ne le ferait le groupe avec ses structures) des produits, techniques ou services nouveaux ou s'ouvrent à des marchés inexploités..."⁴⁴.

Section II : Création d'entreprises et création d'emplois.

L'information statistique disponible sur les relations entre créations d'entreprises et créations d'emplois est relativement récente.

⁴² Challenge - février 1986 p.35.

⁴³ L'usine nouvelle n° 38 - 19 septembre 1985 P.135.

⁴⁴ Industries et Techniques 1-6-85 p.8.

Une première série de données avaient été fournies par Michel Didier ⁴⁵, faisant apparaître une très forte variation des effectifs salariés dans les petits établissements :

Etablissements	Périodes	
	1969-1973	1974-1980
Petits (10-19 salariés)	+ 166	+ 555
Moyens (20-199)	+ 712	+ 150
Grands (200 salariés et plus)	+ 863	- 557_
TOTAL	+ 1741	+ 148

Variations (en milliers)

Sur la même période, M. Didier fait état d'un grand nombre de créations d'entreprises et constate que "des forces nouvelles sont à l'oeuvre dans le système productif. Pour l'instant, la redistribution de l'emploi par un dynamisme accru des petites unités et une régression des plus grandes n'a fait que compenser un renforcement de la concentration dans la période antérieure, du moins dans l'industrie".

Une autre approche fut adoptée en 1983, avec la mise en relation du taux de création, du taux de chômage et de la variation des effectifs salariés du secteur privé au cours de l'année antérieur, et ceci au niveau régional ⁴⁶.

Deux liaisons ont successivement été testées, qui donnent pour la presque totalité des régions, des résultats relativement bons :

- taux de création = 0,43 (taux de chômage) + 0,93

- taux de création = 1 (variation des effectifs salariés de n - 1) + 6,91

Le taux de création d'entreprises serait donc lié "de manière notable à la conjoncture de l'emploi : un fort taux de chômage et une évolution défavorable de l'emploi pouvant inciter certains chômeurs à créer leur entreprise".

Notre démarche est davantage celle de Michel Didier et vise à apprécier quelle est la liaison entre création d'emplois et création d'entreprises.

Deux types de relations seront examinées : d'une part, les nouveaux entrepreneurs créant leur propre emploi ; d'autre part, les nouvelles entreprises sont créatrices d'emplois. Dans l'analyse de ce phénomène de la création d'emplois, deux aspects seront distingués : celui du flux de création et celui du nombre d'emplois créés, à un moment donné, rapporté à la totalité d'emplois existants.

⁴⁵ "Crise et concentration du secteur productif" Economie et Statistique - mai 1982 pp.3-12.

⁴⁶ "Aspect de la démographie des entreprises" ANCE mars 1984.

§ 1 - Les nouveaux entrepreneurs créent leur propre emploi.

"Et si chacun créait son emploi ? " interrogeait la revue *Autrement* ⁴⁷. Cette interpellation correspondait incontestablement à un mouvement dans la société française, puisqu'on a pu observer qu'entre 1970 et 1985, un nombre croissant de personnes se sont installées à leur compte. Cependant, dans le même temps, un nombre croissant de non-salariés cessent de l'être, ce qui provoque une relative stabilité de cette population.

A - Une augmentation du flux vers l'emploi non-salarié.

Se mettre à son compte, soit en créant une entreprise ou en la reprenant, soit pour exercer une profession libérale, a tenté un nombre croissant d'individus. Sur la période 1970-1985, les flux vers le statut de non-salarié d'une part, et celui de salarié ou d'inactif d'autre part, se sont beaucoup accrus⁴⁸.

P. Laulhé constate dans son étude que le nombre de cadres qui se mettent à leur compte a fortement augmenté (72 000 entre 1980 et 1985 contre 20 000 entre 1965 et 1970), ainsi que les installations à la fin des études (69 000 contre 37 000).

La proportion d'ouvriers reste relativement stable (37 %), et quatre salariés ouvriers sur dix, lorsqu'ils se mettent à leur compte, deviennent artisans.

On peut observer que le taux de sortie sur la période 1980-1985 est supérieur à celui de la période 1965-1970 : les départs en retraite ont été deux fois plus fréquents et les tombées en chômage trois fois plus. Cependant, cette augmentation du chômage des non-salariés est très inférieure à celle du chômage dans son ensemble.

Enfin, les installations de chômeurs ont augmenté fortement, moins cependant que le chômage lui-même. La relation de causalité entre le chômage et la création d'entreprise n'est pas totalement établie : "le fait de créer une entreprise alors qu'on est au chômage ne signifie pas qu'on crée à cause du chômage. Il y a une diversité d'incidences du chômage sur la création : le chômage peut être une cause, une occasion ou un moyen de création"⁴⁹.

B - Une population de non-salariés relativement stable.

Début 1987, les actifs non-salariés étaient environ 3,3 millions alors qu'ils étaient 6,5 millions en 1954, la proportion dans la population active occupée passant de 34,15 %. C'est la disparition de nombreux emplois agricoles qui est à l'origine de cette chute de l'emploi non-salarié.

Si l'on considère seulement les non-salariés des secteurs non agricoles, ils sont un peu plus de deux millions début 1987 contre un peu moins de 2,5 millions en 1954. C'est à partir de 1974 que le nombre total de non-salariés non agricoles stabilise autour de deux millions.

La part de l'emploi non-salarié dans l'emploi marchand non agricole s'est stabilisée à environ 13 %.

⁴⁷ n° 20 septembre 1979.

⁴⁸ Pierre Laulhé - "se mettre à son compte : des installations plus nombreuses mais plus fragiles" - *Economie et Statistique* pp.23-31.

⁴⁹ M.F. Delannoy "Des incidences du chômage sur la création d'entreprise" - Mémoire de maîtrise novembre 87 - UFR de Sciences Economiques et Sociales USTL.

En 1982, 52 % des non-salariés non agricoles étaient des travailleurs indépendants, 34 % des employeurs et 14 % des aides familiaux⁵⁰.

Ainsi, plus du tiers des non-salariés non agricoles sont employeurs. Il s'agit maintenant d'apprécier la création d'emplois par des nouvelles entreprises.

§ 2 - Les nouvelles entreprises sont créatrices d'emplois.

Deux questions se posent :

- Quelle est la proportion de nouveaux emplois issue de nouvelles entreprises ?
- Quelle est la part de l'effectif salarié total employée dans de jeunes entreprises ?

A - Le flux de création d'emplois par les nouvelles entreprises.

Nous disposons d'une étude menée par Jacques Kochanski pour l'ANCE, à partir de l'exploitation des fichiers de l'UNEDIC, organisme auquel sont affiliés (par l'intermédiaire des Assedic) tous les établissements du secteur concurrentiel employant au moins un salarié. Est donc considéré comme nouvel établissement, tout établissement recrutant son premier salarié.

L'étude a été faite sur les années 1982-1983-1984. Il y a eu en moyenne, 138 205 établissements nouveaux, qui ont été créés 680 551 emplois. Les établissements existants ont créé en moyenne 717 010 emplois. Sur le total des emplois créés sur la période, 48,69% l'ont été par de nouveaux établissements.

Il est tout à fait regrettable que l'exploitation des fichiers de l'UNEDIC n'ai pu être poursuivie pour les années postérieures à 1984. Cette absence d'exploitation empêche de confirmer ou d'infirmier le fait que près de la moitié des emplois créés le sont par de nouveaux établissements.

A partir des données rassemblées par David Birch pour les Etats-Unis⁵¹, on peut établir que sur un peu plus de 22 millions d'emplois créés sur la période 1981-1984, plus de 14 millions l'ont été par de nouveaux établissements, soit un pourcentage de 64,44 %.

Il faut cependant, observer que dans le total d'emplois créés par de nouveaux établissements, près de 36 % seulement le sont par des établissements employant moins de 19 salariés, unités assimilables à des nouvelles entreprises. On peut donc estimer que 23 % des emplois nouveaux ont été créés par de nouvelles entreprises.

En faisant entrer en ligne de compte les suppressions d'emplois et en considérant la création nette d'emplois, il apparaît que les établissements de moins de 19 salariés sont à l'origine de 88 % de cette création nette d'emplois.

⁵⁰ Informations tirées d'un article de Brigitte Belloc "non salariés des secteurs non agricoles : une population stable depuis 10 ans" *Economie et Statistique* pp.17-21. Les aides familiaux sont des personnes qui participent aux travaux d'une entreprise familiale sans être ni dépendant, ni employeur, ni salarié. Elles aident une personne non salariée.

⁵¹ "Job creation in America" - TheFree Press New-York 1987 pp.14-15-16.

Taille de l'établissement	Solde des créations/disparitions d'emplois dans les établissements existants	Solde des créations/disparitions d'emplois par création/disparition d'établissements	Création nette	%
1 - 19	1 809,7	753,8	2 563,4	88,1
20 - 99	603,5	176,8	780,3	26,8
100 - 499	33,8	- 603,4	- 569,6	- 19,6
500 - 4 999	58,9	- 61,0	- 2,0	- 1,0
5 000 +	- 297,7	435,4	137,7	4,7
TOTAL	2 208,2	701,6	2 909,8	100,0

(en milliers)

Enfin, si l'on compare le nombre d'emplois (753 800) issu du mouvement de création et de disparitions d'établissements de moins de 19 salariés à la création nette d'emplois provient de la création d'entreprises.

En conclusion et malgré les insuffisances des données statistiques (notamment le fait que celles-ci soient disponibles pour des établissements et non des entreprises, il peut être établi que :

- La tendance observée par M. Didier d'un dynamisme des petites entreprises dans le phénomène de création d'emplois est très fortement confirmée.

- la participation des nouvelles entreprises à la création d'emplois est très largement significative tant en France qu'aux Etats-Unis.

B - L'emploi dans les entreprises nouvelles.

Au total, les entreprises créées et reprises entre 1981 et 1986 emploient 18,1 % des salariés⁵², la part des entreprises créées représentant 12,6 % de l'emploi salarié dans les entreprises.

⁵² "Quatre entreprises sur dix créées depuis 1981" - J.M. Calliès op. cit.

Les entreprises nouvellement créées emploient 18 % des salariés

Situation au 15 janvier 1987

Activité principale exercée	Part de l'emploi salarié dans les entreprises créées de 1981 à 1986 (en % de l'emploi total)			Emploi salarié toutes entreprises (en millions)
	Créations nouvelles	Reprises	Ensemble	
Industries agricoles et alimentaires	9,5	7,2	16,7	0,60
Industrie ¹	10,9	3,6	14,5	4,37
- énergie et biens intermédiaires ¹	12,2	3,5	15,7	1,40
- biens d'équipement	8,9	2,6	11,5	1,85
- biens de consommation	11,8	5,1	16,9	1,32
Bâtiment-génie civil	14,1	6,3	20,4	1,35
Commerce	12,7	6,4	19,1	2,38
Transports et communications ¹	6,6	2,7	9,3	0,86
Services	17,3	7,9	25,2	2,70
Ensemble¹	12,6	5,6	18,1	12,24

1. EDF, GDF et PTT exclus.

Source : SIRENE.

Plus du tiers des entreprises récemment créées emploient au moins un salarié. 29 % des entreprises créées en 1986 emploient des salariés. "Il est vrai qu'il s'agit d'entreprises qui n'ont pas atteint leur régime de croisière. Parmi celles qui ont atteint trois années d'existence, plus de 40 % ont déjà embauché. Entre-temps, beaucoup d'entreprises créées ont disparu, principalement parmi les entreprises non employeuses, ce qui contribue à faire croître au cours du temps la proportion de celles qui emploient des salariés"⁵³.

Importance des employeurs et des entreprises de 10 salariés et plus selon l'activité principalement exercée et la période de création.

Situation en janvier 1987

Activité principale exercée	Part des entreprises employant des salariés (en %)					Part des entreprises employant 10 salariés et plus (en %)				
	Ensemble	Créées avant 1981	Créées depuis 1981			Ensemble	Créées avant 1981	Créées depuis 1981		
			Ensemble	Nouvelles	Reprises			Ensemble	Nouvelles	Reprises
Industries agricoles et alimentaires	69,7	71,9	65,0	54,3	71,3	10,1	12,0	8,3	8,5	5,1
Industrie	58,4	58,0	52,9	49,4	73,3	18,1	23,0	10,6	8,4	23,2
- énergie, biens intermédiaires	65,8	67,4	62,1	57,0	81,5	25,8	31,0	15,5	12,4	28,0
- biens d'équipement	62,8	65,5	59,0	58,0	77,3	20,4	26,4	12,2	10,2	25,1
- biens de consommation	49,8	51,7	47,1	43,9	67,4	14,0	17,9	8,2	6,4	19,8
Bâtiment-génie civil	49,0	53,5	41,0	37,4	78,2	6,4	7,7	4,2	2,8	17,3
Commerce	45,7	50,8	38,5	35,1	48,0	5,4	7,3	2,7	2,8	2,8
Transports et télécommunications	38,4	38,1	33,7	31,0	53,8	8,8	11,3	4,7	3,4	14,5
Services	40,8	45,7	34,4	29,7	49,2	3,5	5,2	1,4	1,8	2,6
Ensemble	48,2	50,8	38,6	34,3	58,0	8,2	8,3	3,4	3,8	4,8

Source : SIRENE.

⁵³ J.M. Calliès.

La part des entreprises employant plus de 10 salariés est plus forte pour les entreprises reprises que pour les entreprises créées, sauf dans les secteurs des industries agricoles et alimentaires. Ceci peut s'expliquer par le fait que les reprises sont essentiellement constituées d'artisans de la boulangerie-pâtisserie, alors que les créations nouvelles sont des entreprises de l'industrie agro-alimentaire.

Plus du tiers des entreprises nouvelles employeuses (contre seulement 45,2 % de l'ensemble des entreprises), 3 % employant plus de dix salariés (contre 6,2 % de l'ensemble des entreprises), 12,6 % de l'emploi salarié dans des entreprises nouvelles : ces données permettent de compléter les informations relatives au flux de création d'emplois par des entreprises nouvelles. En effet, on pouvait penser que ces emplois créés étaient précaires et qu'il fallait fortement relativiser la contribution de la création d'entreprises à la création d'emplois.

En établissant que 1 542 240 personnes ⁵⁴étaient salariées, en France, d'entreprises créées entre 1981 et 1986, il est patent que la création d'entreprises joue un rôle important dans la création d'emplois.

Ph Mesleard et J. Bonneau ⁵⁵ confirment ceci en établissant que les entreprises nouvelles (hors filiales) créées entre 1986 et 1990 ont été à l'origine de la création de 1 530 056 postes d'actifs toujours occupés.

Section III : L'aménagement du territoire.

Dans quelle mesure la création d'entreprises participe-t-elle à l'aménagement du territoire ? Avant de répondre à cette question, il est nécessaire de s'intéresser d'une part à ce qui a pu être à l'origine d'une politique d'aménagement du territoire, et d'autre part, à l'évolution de l'analyse de l'espace économique.

- Plusieurs éléments ont pu déclencher, dès le début des années cinquante, une préoccupation des pouvoirs publics qui devait notamment aboutir à la création de la DATAR en 1963 :

* "Paris et le désert français", titre de l'ouvrage publié par J.F. Gravier en 1947, qui très vite est devenu slogan et qui "justifié des politiques telles que la création de huit métropoles d'équilibre ou la décentralisation d'activités.

* La conversion nécessaire de certaines régions de vieille industrie (les commissariats à la conversion du Nord-Pas de Calais et de la Lorraine ont été créés en 1967).

* La rénovation qui est apparue nécessaire dans certaines zones rurales (Auvergne, Limousin... 1968).

* La nécessaire mise en cohérence des infrastructures (par exemple, l'établissement du schéma directeur des grandes liaisons routières et des aéroports 1972).

L'ensemble des initiatives prises ont eu des résultats positifs, mais on peut cependant observer que ceux-ci auraient pu être davantage satisfaisants dans des domaines tels que

⁵⁴ 12,6 % des 12 240 000 personnes représentant l'emploi salarié toutes entreprises - Tableau précédent

⁵⁵ Document ANCE - juillet 1992

l'urbanisation (problèmes sociaux des banlieues dégradées), l'intégration de la population immigrée, les structures de l'agriculture...⁵⁶.

- L'évolution de l'analyse de l'espace économique s'est faite suite à une double mutation spatiale : un renversement des hiérarchies régionales traditionnelles et un renouveau des unités de production de petite dimension⁵⁷.

L'idéologie de l'espace polarisé, niant la spécificité des territoires, reflète un modèle de croissance qui privilégie une accumulation de type "extensif" (intégration des agents et extension constante de l'espace soumis à ses règles). Pour agir sur l'espace, il faut agir sur les fonctions économiques.

Or, nous pouvons observer de nouveaux comportements spatiaux avec l'émergence d'un niveau particulier d'organisation de la production qui n'est ni micro-économique, ni macro-économique et qui constitue des systèmes industriels localisés et ouverts⁵⁸.

L'analyse de l'espace économique aboutit actuellement à une autre conception de l'espace, qui n'est plus "modelé par des lois de fonctionnement exogène : il est avant tout pluriel, composé de territoires qui sont autant d'espaces de vie pour les groupes qui doivent et peuvent organiser leur propre développement".

Cette conception peut présenter le risque d'être exclusivement horizontale, chaque territoire étant destiné à devenir autonome et autosuffisant.

Les conclusions que nous pouvons tirer, à la fois du succès relatif de la politique d'aménagement du territoire menée en France et de l'analyse conceptuelle de l'espace économique sont de deux ordres :

- Il faut avoir présent à l'esprit que le territoire tel qu'il est à un moment donné, est l'effet de comportements. "Ce n'était pas Paris qui était responsable du "désert français" de 1939, mais le comportement de tous les français, y compris ceux de Province, notamment sur les plans démographiques (malthusianisme) et politique (centralisme administratif)"⁵⁹. Comme on ne s'est pas attaqué au mal, certains des symptômes les plus caractéristiques perdurent.

- "... Le problème de fond posé à l'économie spatiale est celui des modalités concrètes d'articulation entre le potentiel local (logique horizontale ou territoriale) et les contraintes extérieures aux territoires (logique verticale ou fonctionnelle)"⁶⁰. Il faut rechercher une combinaison de synergies pour adapter les potentialités d'un territoire aux contraintes extérieures à ce territoire.

Ces deux conclusions seront présentes dans l'étude du rôle joué par la création d'entreprises dans la situation de certains territoires.

Auparavant, il faut montrer pourquoi la création d'entreprises est une dimension importante de l'aménagement du territoire.

⁵⁶ Discours du Ministre P. Méhaignerie - 25 février 1988

⁵⁷ B. Pecqueur "Crise économique : crise du discours sur l'espace" - Economie et Humanisme - mai-juin 1986.

⁵⁸ Cet aspect sera développé dans le chapitre XIV avec le concept "d'économie-territoire".

⁵⁹ Jean Robert "Paris est le désert Français : pour en finir avec un mythe" - Chronique d'actualité de la SEDEIS - 15 avril 1987

⁶⁰ B. Pecqueur op. cit

§ 1 - La nécessaire prise en compte de la création d'entreprises dans l'aménagement du territoire.

Dans une politique d'aménagement du territoire, l'Etat doit concentrer son action dans un certain nombre de domaines clés (infrastructures, télécommunications, formation, recherche, services publics, décentralisation des administrations...) et mettre en oeuvre une coopération avec les collectivités territoriales, notamment pour ce qui concerne l'action économique.

En matière de développement économique, les opérateurs concernés voudront retenir, attirer, renforcer ou faire naître les entreprises.

Aux Etats-Unis, en 1988, la répartition moyenne des activités de développement économique au niveau de l'Etat était la suivante : 52 % pour développer les entreprises à l'intérieur de l'Etat ; 31 % pour attirer les entreprises d'autres Etats américains ; 15 % pour attirer les entreprises étrangères⁶¹. Plusieurs raisons guident le choix de la priorité accordée au développement des entreprises existantes. D'abord, il s'agit de les empêcher de quitter le territoire de l'Etat ou de se développer ailleurs dans des conditions plus favorables. Ensuite, il est apparu que des programmes destinés aux entreprises existantes constituaient un élément d'attraction pour les entreprises extérieures à l'Etat. Enfin, l'un des facteurs clés d'une décision d'implantation est pour l'investisseur l'existence d'un environnement favorable et la façon dont un Etat agit à l'égard de ses entreprises est un élément important de l'environnement.

La priorité accordée au développement des entreprises existantes sur un territoire n'empêche pas d'agir pour attirer des investisseurs extérieurs et notamment étrangers. Cela suppose, pour les opérateurs concernés, des investissements publicitaires importants afin de faire connaître les avantages des zones concernées et de mener des actions de détection d'investisseurs qui soient ciblées et adaptées, notamment dans la recherche de partenaires industriels.

En France, Etat, collectivités territoriales et institutions diverses s'efforcent également de provoquer des investissements étrangers directs et d'agir sur les localisations d'unités de production.

Cette politique n'est pas toujours fructueuse dans ses résultats, directs et indirects, et ceci pour deux raisons :

- la raréfaction des grands projets industriels à la recherche d'un site, conséquence notamment de la diminution des investissements pendant toute une période et du développement des réseaux d'entreprises, entraîne une concurrence parfois exacerbée entre des pays, des régions, des bassins d'emploi et entre localités pour des projets d'envergure relativement modeste.

- L'utilisation de la théorie de la polarisation ⁶²comme fondement de la politique d'aménagement de la DATAR au cours des années soixante, "si elle a favorisé la diffusion de l'industrie fordiste dans certaines zones rurales, n'a que peu réduit les disparités régionales et a parfois conduit à des échecs retentissants"⁶³.

Ainsi, l'implantation de l'usine sidérurgique de Fos-sur-Mer n'a pas provoqué l'ensemble des effets induits attendus et ceci parce que le processus d'implantation n'a pas suffisamment

⁶¹ Bruno Remy "Les Etats-Unis aménagent leur territoire". Politique Industrielle - Printemps 1989.

⁶² Exposée chap. XIV

⁶³ Traité d'Economie Industrielle, sous la direction de R. Arena, L. Benzani, J. de Bandt, P.M. Romani, Editions Economica 1988 p. 355.

tenu compte du milieu d'accueil et que d'autre part, l'intégration de l'unité s'est faite à l'intérieur du groupe industriel dont elle était issue.

La raréfaction des projets d'implantation et l'insuccès de certaines implantations doivent amener les responsables du développement économique à relativiser l'axe de recherche des investisseurs extérieurs, à ne pas vouloir en faire une politique privilégiée et à mettre en oeuvre une stratégie efficace de recherche.

Entre les trois démarches : renforcer (et retenir), attirer et faire naître les entreprises, il n'y a pas exclusivité mais au contraire, complémentarité. Les nouvelles entreprises constituent un élément de la compétitivité de l'économie. Favoriser la création d'entreprises contribue à renforcer les entreprises existantes et le renforcement des entreprises contribue à la constitution d'un environnement entrepreneurial.

Il est donc nécessaire de prendre en compte la création d'entreprises dans une politique et cela se vérifie dans certains territoires.

§ 2 - Conversion, Développement rural, Technopôles.

Si l'on veut admettre que l'aménagement du territoire doit s'efforcer de concilier trois politiques : l'efficacité économique, la solidarité et la qualité de vie, il faut que l'Etat aide les régions qui traversent des difficultés exceptionnelles à les surmonter. Les zones de vieille industrie qui ont subi la conversion de mono-activités, avec toutes les conséquences sur le plan humain et le plan social et l'abandon de l'espace rural, le gel des terres, la désertification du territoire obligent à une action de l'Etat.

Mais il faut également préparer l'avenir et d'une manière générale, amener l'ensemble des territoires à valoriser économiquement leurs ressources. Dans cette perspective, on s'intéressera plus particulièrement au concept de technopôle.

A - La conversion de certaines zones :

Les principaux outils d'aide à la conversion, qui ont été initiés par l'Etat, ont pour but de favoriser l'implantation de nouvelles unités et la création d'entreprises.

Ainsi, les fonds de conversion sont destinés à améliorer l'environnement des entreprises (aménagement de zones d'activités, création de pépinières d'entreprises et de centres de transfert de technologie...), les aides à la création d'emplois se font notamment par l'intervention des sociétés de conversion (accueil et conseil aux créateurs d'entreprises, soutien financier des projets, primes au reclassement des salariés licenciés et appui à l'essaimage); les commissariats à l'industrialisation et à la conversion interviennent également dans la prospection et l'accueil de porteurs de projets.

A ces outils d'aide à la conversion initiés par l'Etat, il faut ajouter les initiatives prises par les collectivités locales, les entreprises, les institutions... telles que la création de plates-formes d'initiative locale, des programmes de type ODACE (Opération de Détection et d'Accompagnement de Créateurs d'Entreprise).

Ces actions en faveur de la création d'entreprises ont des résultats en termes de nouvelles entreprises et de nouveaux emplois qu'il est difficile de quantifier précisément. Mais un processus cumulatif semble s'être mis en marche dans certaines zones où une relative régénération du tissu économique peut être observée.

Si ce processus peut sembler lent, c'est qu'il doit surmonter l'obstacle des mentalités, façonnées depuis des décennies dans une certaine forme d'organisation sociale et

économique. La mono-activité économique a eu sur les mentalités collectives des effets pervers : dans beaucoup de cas, cette mono-activité a été le fondement de l'identité locale, pour des populations aux origines différentes, et accepter l'idée de la remise en cause du rôle de l'activité dominante menaçait implicitement, ce qui faisait le ciment de la communauté locale⁶⁴

D'autre part, "comment faire proliférer des hommes et des femmes entrepreneurs et agiles sur les ruines d'une société pyramidale de dynasties industrielles régentant des populations pliées dès l'école, à la docilité ?" ⁶⁵. Ce qui peut être observé en Grande-Bretagne, peut être étendu à beaucoup de régions de tradition industrielle. C'est par l'acceptation de l'abandon d'une activité économique condamnée ou en pleine mutation, par un changement des mentalités, par une modification des comportements que l'entrepreneuriat se développera.

B - Le développement rural

L'éventualité de la déprise agricole et du gel des terres s' étant confirmée, son corollaire dans les esprits est l'image d'un abandon de l'espace rural, entraînant à terme la désertification d'une grande partie du territoire national.

"Cette apparente calamité peut être une opportunité à saisir. Jusqu'à présent, la campagne française a été soumise soit à l'exploitation agricole intensive, soit à une cueillette désordonnée.

Il faut imaginer une nouvelle économie rurale qui fasse sa place à une gestion rationnelle du capital naturel par le tourisme, la chasse et la pêche"⁶⁶.

Parmi les actions que l'Etat souhaitait contractualiser avec les régions dans le cadre du Xe Plan, figurait effectivement la valorisation des potentialités touristiques de l'espace rural par la mise en valeur des sites culturels, naturels et touristiques. Dans cette perspective de développement d'activités de loisirs, l'espace rural français est le mieux situé et le plus richement doté dans la Communauté Européenne.

L'Etat souhaiterait également voir contractualisé le soutien à la pluriactivité. Il s'agit d'adjoindre de nouvelles productions (par exemple, la moquette de gazon ou les fruits rouges...) et surtout d'augmenter la valeur ajoutée de l'exploitation par la transformation des produits bruts et la distribution par circuits courts (abattage et découpe de volaille, légumes préparés et conditionnés sous vide...). Ce nouveau type d'exploitation ou d'unité de production à partir de produits agricoles est la voie que choisissent des créateurs d'entreprises à la campagne.

Tourisme et loisirs, production et transformation de produits agricoles, prestations de services répondant à la demande des entreprises et des consommateurs, mais également activités ne s'adressant pas à un marché local, offrent une multitude d'opportunités pouvant être exploitées par de nouvelles entreprises.

Le spectre de la friche, conséquence du gel des terres, peut, sous certaines conditions, provoquer le développement de certaines zones rurales. "L'aménagement de l'espace rural ne doit plus être le sous-produit de la politique agricole mais un objectif en lui-même, appelant une révolution des mentalités et des politiques"⁶⁷.

⁶⁴ M; Battiau " *Hommes et Terres du Nord* " 1985- n°2 pp. 65-68

⁶⁵ Alain Murnier " *Les Bourgeois de Liverpool* " - L'Expansion 1-14 avril 88 pp. 64-67.

⁶⁶ J. Seuvat " *La friche : une chance pour la France* " - Le Monde 25 mai 1989 pp.32-33.

⁶⁷ Pierre Lacour - Le Monde 25 mai 1989 op. cit.

C - Les technopôles.

Pour certains élus locaux, atteints d'une véritable "fièvre technopolitaine"⁶⁸, la technopôle et le parc scientifique (dont l'appellation veut souvent donner une image futuriste) sont des moyens tout à fait privilégiés pour développer et dynamiser une région.

Les conditions de création et de développement d'une technopôle seront étudiées ultérieurement⁶⁹. Il nous faut seulement signaler que si la technopôle peut constituer effectivement un axe d'une politique de développement régional, il faut prendre en compte que le nombre de technopôles est obligatoirement limité sur le territoire national...". Chaque élu veut sa technopôle. Mais, on voit mal ce que donnerait 100 000 chercheurs français répartis en 4 000 cantons ou 36 000 communes : 25 chercheurs cantonaux ou 3 chercheurs communaux en moyenne ! N'est-il pas raisonnable de se limiter à la soixantaine de villes universitaires, une à deux par région ?" (J. de Certaines op. cit.).

Si la décision de constituer une technopôle est prise au niveau local, dans et pour un territoire donné, cette décision doit tenir compte de la contrainte externe des autres décisions prises dans d'autres territoires.

Nous retrouvons le problème posé à l'économie spatiale : l'articulation entre le potentiel local et les contraintes extérieures au territoire. Cette articulation doit également intervenir dans les actions menées dans les zones de conversion et les zones rurales à développer. Quant à l'évolution nécessaire des mentalités et des comportements, elle a été mise en évidence ; pour ce qui concerne les technopôles, elle apparaîtra dans les conditions de création et de développement.

Section IV : Création d'entreprises et régulation sociale

Comment l'individu s'intègre-t-il dans sa société ? La sociologie nous fournit les instruments dont "la société dispose pour amener les individus à vivre leur civilisation, à participer à l'opinion et aux attitudes collectives, à partager les normes et les valeurs des groupes, à remplir correctement des rôles sociaux et à respecter les moeurs. Moeurs, normes et valeurs constituent trois degrés dans les instruments de régulation sociale..."⁷⁰.

Dans le chapitre VIII, l'intégration sociale sous l'angle individuel a été étudiée : le type d'adaptation de Merton, l'importance du milieu familial dans l'apprentissage social sont des éléments explicatifs de l'acquisition du rôle d'entrepreneur, ainsi que l'invention de nouvelles normes par des ressortissants de groupes minoritaires dans une société.

Dans la formation de l'attitude entrepreneuriale, il est bien apparu qu'un système de valeurs est une condition nécessaire à la manifestation d'un phénomène économique et que l'entrepreneuriat ne peut se développer dans un contexte hostile.

Il s'agit maintenant d'examiner comment la création d'entreprises intervient comme mode de régulation sociale :

⁶⁸ J. De Certaines "Fièvre technopolitaine et développement local" - futures - février-mars 1989 pp.15-22.

⁶⁹ chap XV section III

⁷⁰ H. Mendras op. cit.

- D'une part, en apportant une réponse appropriée aux problèmes d'intégration sociale.

- D'autre part, en permettant une mobilité sociale contribuant ainsi à l'élimination de tensions dans une société.

§ 1 - La diversité des problèmes d'intégration et la variété des modalités de réponse.

Que l'intégration concerne un individu ou un groupe (minorité ethnique, handicapés...), la création d'entreprises peut constituer une réponse appropriée, une forme d'insertion sociale par l'économique, et ceci, par la plasticité que peut avoir l'entreprise créée.

A - La diversité des situations.

Les causes de situation de non-intégration sociale peuvent être classées en deux grandes catégories :

- D'une part l'exclusion, c'est à dire le fait que malgré sa volonté, un individu ne soit pas intégré économiquement.

- D'autre part le refus de certains de s'intégrer dans la forme d'organisation économique existante.

a) L'exclusion.

Cette notion d'exclusion est difficile à définir : au plan individuel, il s'agira d'une période de recherche d'emploi, qui aboutira ou n'aboutira pas en fonction de facteurs tels que la qualification, l'adaptabilité...

Au plan général, c'est une double incapacité constatée à la fois de créer le plein emploi et "d'assister durablement les personnes valides, en âge d'activité, sans emploi, qui se trouvent dès lors, à plus ou moins brève échéance dans le vide social le plus complet"⁷¹ qui entraîne l'exclusion d'une partie de la population.

Les solutions pour lutter contre ce phénomène d'exclusion peuvent être plus ou moins facilement mise en oeuvre. Le retour au plein emploi s'avère hypothétique et comme les victimes de l'exclusion sont faiblement qualifiées, elles seraient les dernières à être recrutées. Le partage du travail est une solution difficilement praticable. Pour Michel Houillon, la "seule solution au problème par la massification de la pauvreté réside dans l'augmentation de l'épargne, le développement de nouvelles activités et dans l'acceptation par ceux qui bénéficient d'un emploi ou qui prétendent en obtenir un, de conditions salariales moins avantageuses que par le passé". Nous verrons que la création de nouvelles activités peut être effectivement une façon de lutter contre l'exclusion.

b) Le refus.

Le refus d'intégration dans une forme d'organisation économique existante peut avoir des origines diverses.

D'abord, il peut s'agir de vouloir adopter un autre type d'organisation de l'existence : "entre le travail salarié et la carrière professionnelle qui obéissent tous deux à la rationalité finalisée, et l'alternative de la création, de l'auto-réalisation, etc... qui possède sa finalité en elle-même

⁷¹Michel Houillon "Le retour des misérables" - futures février 1987 pp.33-40.

mais qui se joue dans l'incertitude" on peut effectivement être tenté par la seconde éventualité.⁷²,

Ensuite, certains peuvent remettre en question le travail tel qu'il est organisé dans l'entreprise traditionnelle : "les excès du taylorisme, de l'automation et le poids des hiérarchies inutiles repoussent les jeunes et certains travailleurs plus âgés qui n'ont pas acceptés les normes dominantes du système de production"⁷³.

Enfin, "la création d'entreprises serait-elle devenue le stade suprême du gauchisme ?" Créer une entreprise apparaît aux anciens acteurs de mai 68 comme la seule façon de conserver une marge d'autonomie face à une société envahissante. Un peu de contestation éloignerait de l'entreprise, beaucoup d'esprit libertaire inciterait à réinventer un vrai libéralisme, celui des pionniers...⁷⁴.

On peut observer une certaine logique entre les barricades et la création d'une entreprise : "ceux qui avaient pris les positions les plus extrémistes, qui avaient réclamé les changements les plus radicaux, ne pouvaient ensuite accepter de se fondre dans le cadre traditionnel, ils ne pouvaient supporter un patron, il leur fallait créer leurs propres structures"⁷⁵.

Face à cette diversité de situations, la création d'entreprises représente une possibilité d'intégration sociale.

B - La variété des modalités de réponse

Les exemples de création d'activités sont nombreux et montrent qu'à la fois par le nombre de statuts que la nouvelle entreprise peut choisir, et par le mode de fonctionnement qu'elle peut adopter, la solution au problème initial de non-intégration peut être trouvée.

La variété des modalités de création d'activités et de solution d'intégration peut être étudiée au travers des expériences de réinsertion d'une part et des domaines de l'innovation sociale d'autre part.

a) La réinsertion sociale par la création d'activités.

La FONDA, à partir d'une enquête menée sur les initiatives prises par les associations en faveur des exclus ⁷⁶fait apparaître qu'il y a très rarement une demande explicite à l'origine des actions étudiées : "les personnes concernées ont perdu tout espoir de voir leur situation changer, à cause d'échecs répétés et d'attentes déçues ou bafouées, ce sentiment d'impuissance et de découragement provoquant généralement une attitude de passive".

De nombreuses expériences ont pour origine la remise en cause d'une pratique existante (l'assistantat, la conception scolaire de la formation) et c'est à partir de cette rupture de l'action que naît une nouvelle forme d'intervention, proposée et portée par l'individu. L'initiative peut se développer au sein de grandes associations existantes, ou dans le cadre d'institution de l'action sociale liées à l'Etat ou aux collectivités, ou de façon autonome par des individus regroupés au sein d'associations.

⁷² Paul Tirell : "La débrouillardise des jeunes chômeurs" - futuribles - nov.1988 pp.15-24

⁷³ J. Chancel - P.E Tixier "Le désir d'entreprendre" Revue Autrement n° 20 sept.79

⁷⁴ J.F. Rouge "Les gauchistes découvrent l'entreprise" - l'Expansion 18 avril - 8 mai 80 pp. 134-137

⁷⁵ "Le culte de l'Entreprise" Autrement n° 100 - sept 1988 p.17

⁷⁶ "Les pionniers de la réinsertion" - Le Monde 17 nov. 1988 p.33 et 36, FONDA : Fondation pour la vie associative.

Par exemple, le Secours Catholique a créé "la petite entreprise" afin d'accueillir des stagiaires, de les faire travailler et des les former pour qu'à la fin de leur période de stage, ils puissent retrouver du travail⁷⁷.

Les associations intermédiaires ⁷⁸permettent l'embauche de personnes exclues du marché du travail, afin de les réintégrer dans le monde du travail, en favorisant leur entrée dans un processus de formation et éventuellement leur embauche dans l'organisme qui les a accueillies. Ces associations poursuivent également d'autres buts : l'émergence de services nouveaux en dehors des emplois traditionnels notamment dans le secteur des services ; la concurrence au travail clandestin, tout en ne débouchant pas sur le secteur marchand intermédiaire. L'association doit avoir sollicité et obtenu l'agrément préfectoral et bénéficie de l'allègement des charges sociales, d'avantages fiscaux et d'une éventuelle subvention forfaitaire au démarrage. Les autres ressources sont celles provenant de la facturation des mises à disposition du personnel.

Pour lutter contre le sous-emploi et l'exclusion sociale, l'Association "Solidarités nouvelles face au chômage" ⁷⁹propose le mécanisme suivant : un ensemble de donateurs s'engagent à verser chaque mois, à une caisse commune, une partie de leurs revenus. Ces fonds sont utilisés pour recruter, à mi-temps et pour une période déterminée, des chômeurs qui sont mis à la disposition d'associations pouvant accroître les prestations qu'elles offrent gratuitement à des personnes défavorisées. Ce mécanisme doit se prolonger par une aide psychologique des donateurs pour aider les chômeurs à retrouver un emploi.

"L'idée est de susciter une double réinsertion sociale grâce à un accroissement de la solidarité concrète : par le prélèvement que les donateurs acceptent d'effectuer sur leurs revenus, d'une part les chômeurs retrouvent un minimum de revenu et un sentiment d'utilité sociale et conviviale, tandis que d'autre part, des personnes démunies se trouvent aidées et peuvent se sentir ainsi un peu moins exclues"⁸⁰.

L'enquête de la FONDA met en évidence des difficultés qu'il faudrait dépasser rapidement pour donner plus d'efficacité aux initiatives de réinsertion sociale.

Ces difficultés concernent :

* L'ampleur et la durée de la tâche : "Les interventions se font souvent trop tard. L'accumulation des handicaps est telle que la tâche est immense. Le processus de réinsertion exige de remonter pas à pas l'enchaînement des exclusions et demande de la durée".

* L'absence de relais : "Face à l'ampleur de la tâche, des groupes agissent sur des moments ou des aspects particuliers du problème. Ils agissent trop souvent de façon atomisée, moins comme élément intégré d'un ensemble.

* Les clivages : l'enquête montre qu'il existe dans le milieu de l'action sociale des "filières" qui coexistent de façon parallèle et évitent de travailler ensemble.

Il serait souhaitable pour la Fonda, de soutenir plus activement les associations travaillant dans l'optique de la réinsertion, "d'harmoniser et d'inventer des dispositifs qui ne soient pas que des "sous-statuts", de s'interroger sur l'approche la plus efficace et les outils les plus pertinents pour sortir de l'improvisation, pour la transformer en recherche".

⁷⁷ "Donner une chance à tous" - Le Monde - 17 déc. 1985

⁷⁸ Créées par la loi du 27 janvier 1987

⁷⁹ Jean-baptiste de Foucault - Echange et Projets n° 45 - mars 1986 pp.65 - 68

⁸⁰ J.B. de Foucault op. cit.

Il est nécessaire pour que ces actions en faveur de la réinsertion réussissent que, l'ensemble des acteurs concernés se mobilisent. "La démocratie, conclut la Fonda, est menacée dans une société qui n'est pas capable d'intégrer des groupes entiers que son fonctionnement a secrétés".

b) La nouvelle entreprise, champ d'expérimentation de l'innovation sociale.

Une entreprise, et singulièrement une nouvelle entreprise, peut adopter des valeurs, une stratégie, des politiques, des règles de fonctionnement (dans les limites de la législation en vigueur) qui lui sont propres.

L'entreprise jouit de degrés de liberté relativement importants qui lui permettent d'expérimenter (dans la limite du respect des contraintes économiques) des pratiques sociales voulues par ses fondateurs et/ou ses membres.

L'innovation sociale peut concerner divers domaines : l'expression des salariés à la participation, à la gestion ; la formation et l'information ; les conditions de travail et de rémunération (ainsi que les avantages sociaux) ; la représentation du personnel et la place donnée aux organisations syndicales.

Ainsi peuvent être adoptées une égalité des salaires, une hiérarchie avec une élections des titulaires des fonctions dirigeantes, une gestion collective de l'entreprise, une qualité de vie avec le respect des rythmes biologiques de chacun...

Les buts assignés à l'entreprise créée sont en concordance avec le mode d'intégration choisi par les nouveaux entrepreneurs.

Parmi les différentes valeurs qui sont partagées par les entreprises alternatives, Patrice Sauvage ⁸¹cite d'abord l'autogestion qui permet à chacun de "suivre sa propre loi correspondant à son cheminement personnel profond" en ayant sa place dans l'entreprise, donc d'être autonome, et permet à chacun "d'être un acteur économique, de peser sur l'économie, c'est-à-dire en clair, permettre à tous d'avoir un rôle économique...".

Nous pourrions citer de nombreux exemples de créations d'entreprises expérimentant des pratiques sociales nouvelles : Bondage Records, S.A.R.L. créée par le groupe rock Berrurier Noir ; The First, créée par de jeunes maghrébins de la seconde génération à Amiens, toutes deux visant à devenir des modèles.

"Le but est d'arriver à ce que cela soit viable et solide pour lancer des idées et un mode de vie différents. Nous, nous visons l'autogestion..." ⁸².

"Les jeunes, maintenant, ils veulent créer leur truc... Avant c'était impossible. Nous avons montré qu'on pouvait faire des choses, qu'on pouvait décider de s'en sortir. On montre l'exemple"⁸³.

Nous nous sommes attachés à une plus grande visibilité des réponses offertes par la création d'entreprises en choisissant des exemples d'entreprises alternatives correspondant à un mode d'intégration se rapprochant de la rébellion. Néanmoins, on peut observer que la très forte plasticité de la nouvelle entreprise lui permet de pouvoir s'adapter aux autres modes d'intégration sociale.

⁸¹ "L'Economie alternative" - Echange et Projets n° 57 - juin 89 pp. 93-96

⁸² Un des créateurs de Bondage Records - L'événement du Jeudi 15-21 déc. 88 p.109

⁸³ Un des créateurs de First - Le Monde - 21 février 1989 p.18

A la limite, on peut très bien concevoir que chaque type de problèmes d'intégration trouve une solution sous forme d'une structure économique appropriée.

Sur le plan pratique, il reste à imaginer des types de structures appropriées et à faire en sorte qu'elles se créent et se multiplient, pour que la totalité des problèmes d'intégration et principalement, ceux relatifs à l'exclusion puissent être traités. C'est une des conditions d'une régulation sociale convenable, l'autre étant le libre jeu de la mobilité sociale.

§ 2 - La mobilité sociale.

Si, en 1985, beaucoup de fils n'appartiennent pas à la même catégorie sociale que leur père au même âge, c'est essentiellement parce que la population active française s'est transformée depuis une trentaine d'années. C'est un des enseignements de l'enquête Formation-Qualification professionnelle de 1985, qui a permis de rapprocher la position sociale d'hommes, âgés de 40 à 59 ans en 1985, de celle de leurs pères ; la position sociale de ces derniers est appréciée à la fin des études de leurs fils, c'est-à-dire entre 1938 et 1971 selon le cas.

Nous allons nous intéresser à la partie de "l'enquête relative aux professions de non salariés dans un premier temps, puis mettre en relation mobilité sociale et création d'entreprises.

A - Le constat

L'étude du tableau ci-après, indiquant la catégorie socio-professionnelle du fils en fonction de celle du père ⁸⁴ permet de formuler un certain nombre d'observations :

- Il est impossible d'établir si pour les fils de professions non salariées (code 11 à 31) et eux-mêmes non salariés, le statut a été acquis par création d'une entreprise ou par héritage, lorsqu'il y a proximité des statuts père-fils.
- Il y a une forte vraisemblance pour que les non salariés dont le père était salarié, le soit devenu par création de leur entreprise.
- Pour les professions non salariées la valeur la plus forte de la ligne est obtenue au croisement de la colonne correspondant à la même catégorie socio-professionnelle. Cela n'est pas toujours le cas pour les autres lignes.

Une lecture des colonnes correspondant aux catégories socio-professionnelles non salariées, non agricoles est révélatrice de leur origine sociale.

En s'intéressant à la catégorie "chef d'entreprise de 10 salariés et plus", peu sont fils d'ouvrier. Selon leur spécialisation, cela va de 2 à 21 pour 1 000. Pour 1 000 pères ouvriers qualifiés de type industriel, 2 sont devenus chef d'une entreprise de 10 salariés et plus ; pour 1 000 pères ouvriers non qualifiés de type artisanal, 21 ont accédé à la responsabilité d'une entreprise de plus de 10 salariés.

Des proportions relativement faibles se retrouvent également pour les enfants d'autres catégories socio-professionnelles. Ainsi, on peut observer un cheminement très faible des fils des "classes populaires" et d'une partie de la "petite bourgeoisie" (professions intermédiaires, artisans, commerçants, employés) vers la catégorie socio-professionnelle des chefs d'entreprises de plus de 10 salariés, tandis que la proportion des fils des "classes dominantes" (cadres, professeurs, scientifiques, chefs d'entreprises) ayant le même itinéraire est plus importante.

⁸⁴Economic et statistique n° 199 - 200 mai - juin 1987 pp. 92 - 93

Catégorie socioprofessionnelle du fils en fonction de celle du père

en %

Catégorie professionnelle du père	Catégorie socioprofessionnelle du fils																													Total (1)					
	11	12	13	21	22	23	31	33	34	35	37	38	42	43	44	45	46	47	48	52	53	54	55	56	62	63	64	65	67		68	69			
11 Agriculteur petite exploitation	14,3	9,7	4,0	4,9	3,3	0,3	0,1	0,8	0,5	0,2	1,6	1,4	0,9	0,6	0,1	1,0	2,5	2,1	4,5	3,5	1,7	1,1	0,1	1,0	10,5	6,4	6,0	2,6	11,0	1,8	1,5	100			
12 Agriculteur moyenne exploitation	4,7	23,1	13,2	3,9	3,6	0,4	0,3	0,9	0,7	0,1	1,3	1,5	1,1	0,5		1,4	2,2	2,4	4,9	1,8	2,6	1,4	0,9	0,3	5,2	3,4	5,3	2,7	5,1	1,7	3,4	100			
13 Agriculteur grande exploitation	6,1	8,5	26,1	6,1	2,7	2,0	1,4	1,1	0,7		0,5	3,1	1,3	0,6	0,3	1,4	2,6	1,6	4,5	1,9	1,6	1,1			1,9	2,7	4,9	2,0	8,9	1,6	2,8	100			
21 Artisan	1,4	0,6	0,4	20,1	5,9	2,3	1,4	1,4	1,4	0,3	5,5	4,6	2,3	0,9		0,9	4,4	3,9	5,5	2,3	2,4	2,8	0,9	0,4	6,9	9,1	4,2	2,1	3,4	1,1	1,2	100			
22 Commerçant et assimilé	0,4	0,3		5,2	17,4	3,1	3,1	2,1	2,6	0,3	11,3	6,8	1,9	1,9	0,3	1,6	10,1	4,3	3,9	1,5	0,4	1,7	1,8	0,6	4,8	2,1	4,3	0,6	4,9	0,4		100			
23 Chef d'entreprise 10 salariés et plus	0,9	1,0		1,3	15,7	7,5	20,2	3,5	0,6		2,1	2,4	17,6	4,4	0,7	0,7																	100		
31 Profession libérale			1,3	1,2	7,1	3,5	28,3	5,3			8,7	1,9	15,7	10,6	0,9	2,0										2,6	2,2	1,3	1,5	1,3	1,1		100		
33 Cadre Fonction publique				0,8	3,9	1,4	9,9	12,0	5,6	1,1	15,1	10,5	6,2	2,3																			100		
34 Professeur, scientifique					4,3	2,0	12,0	6,9	22,5	2,5	7,0	2,0	4,7																				100		
35 Profession de l'information, arts, spectacles								14,0	6,9	6,9	19,9	21,4	31,0																					100	
37 Cadre administratif ou commercial d'entreprise																																		100	
38 Ingénieur, cadre technique d'entreprise		1,2			1,1	4,3	6,3	5,9	2,1	6,8		27,5	17,9	2,5	2,0							2,0	3,0	3,0									100		
42 Instituteur et assimilé				2,9	2,4		6,7	4,5	8,6	5,8	4,6	1,5	14,1	21,9	7,4	0,9											1,5	1,4						100	
43 Profession intermédiaire de santé, travailleur social									4,9	16,7	16,8	3,6	5,0	11,9	11,1	3,2																		100	
45 Profession intermédiaire administrative de la Fonction publique					15,8			2,4	9,4	2,4			7,9	2,6	5,2	8,8												14,4						100	
46 Profession intermédiaire administrative ou commerciale d'entreprise				1,5	6,2	0,8	0,6	11,8	4,7		5,0	7,2	4,7	1,6																				100	
47 Technicien			0,4																															100	
48 Contremaître, agent de maîtrise				2,8	5,3	1,4	3,0	5,2	4,6	1,9	11,9	9,5	2,4	1,0	0,7	1,6	13,3	7,8	4,9	2,2	1,4	1,4	0,7	1,9	5,4	3,3	0,7	0,5	1,7	3,1			100		
52 Employé civil, agent de service de la Fonction publique			0,8		6,1	2,2	4,5	1,5	4,1	1,7	11,9	13,3	1,6	5,3																				100	
53 Employé, militaire	0,4			9,4	1,7	0,4		6,3	1,1		3,5	4,7	5,0	3,3	0,5	6,1	5,8	8,0	6,6	7,1	1,7	3,5	1,6		6,9	4,2	2,5	3,2	6,3				100		
54 Employé administratif d'entreprise				4,2	2,6	1,6	1,3	4,8	3,8	1,0	12,2	11,4	3,9	2,7		4,4	7,8	7,5	7,0	1,8	1,3	5,3				7,7	2,5	0,6	2,3	1,3	1,3			100	
55 Employé de commerce				8,4				5,7			3,0	11,1				3,9	5,9	3,3	9,9			5,3	5,5	6,6										100	
56 Personnel des services directs aux particuliers				8,3	6,6			2,2	2,4			9,4	2,4	5,2																					100
62 Ouvrier qualifié de type industriel	0,2			6,2	3,0	0,3	0,2	1,1	1,1	0,1	2,8	3,6	1,5	1,0																					100
63 Ouvrier qualifié de type artisanal	0,5	0,2		9,0	3,1	0,9		0,7	0,8	0,6	2,9	3,5	2,4	0,4		1,3	5,1	5,6	10,3	3,0	1,7	3,8	0,3	0,3	10,8	15,0	5,4	3,9	6,3	2,5			100		
64 Chauffeur				7,1	3,6	0,4	0,9		0,8		3,8	4,5	0,5			1,0	5,6	3,9	12,1	5,0	1,6	1,6				10,8	9,0	7,5	5,8	5,7	7,1	1,8		100	
65 Ouvrier qualifié de manutention, magasinage, transport				7,1	2,3			2,2	1,7		2,9	4,8	2,7	1,4		1,3	7,6	8,6	7,0	1,5	1,8	3,2	1,1	1,8	12,3	9,9	7,3	4,6	4,6	1,6	0,8		100		
67 Ouvrier qualifié de type artisanal	1,5	1,3	0,2	5,6	2,1	0,2	0,2	0,8	0,7	0,2	2,6	2,4	1,7	0,2	0,5	1,3	4,6	6,3	8,6	2,3	4,2	1,7	0,8	0,4	15,5	10,1	3,8	5,5	10,2	4,1	0,7		100		
68 Ouvrier non qualifié de type artisanal			1,5	3,7	3,5	2,1		2,9			1,3	2,1	1,5	0,8	0,8	1,8	4,4	3,9	9,2			6,0	3,6		0,8	14,9	7,3	5,0	8,6	7,9	6,4			100	
69 Ouvrier agricole	2,0	0,6	0,3	7,0	2,2	1,0	0,2	1,1			1,0	0,8	1,0	0,2		1,6	2,7	4,0	5,0	4,7	2,1	1,8	0,4	1,4	12,2	11,6	5,1	5,3	11,5	4,6	8,6		100		
Catégorie inconnue		1,0		5,1	4,3	0,7	0,2	0,5	0,8		3,7	1,7	0,8	0,3		0,6	4,8	4,4	6,0	5,6	2,4	2,1	0,4	1,7	16,9	11,5	2,0	3,8	9,8	3,9	5,0		100		
Ensemble	2,7	3,2	2,4	6,9	4,3	1,4	1,5	2,2	1,8	0,4	5,1	4,5	2,1	0,9	0,2	1,6	4,8	4,8	6,3	2,9	2,6	2,2	0,7	0,6	9,9	7,0	4,1	3,1	6,4	2,1	1,4		100		

Par suite des arrondis, le total de certaines lignes n'est pas exactement égal à 100.

Camp : hommes français de naissance âgés de 40 à 59 ans, actifs ou anciens actifs.
Lecture : pour 1 000 pères agriculteurs petits exploitants, 143 fils le devenaient aussi, 97 devenaient moyens exploitants.

Source : enquête Formation-qualification professionnelle 1985.

"S'il y a bien une échelle sociale dont on gravit les échelons, on peut également parler de fossé puisque les mouvements sont presque nuls entre les catégories extrêmes" ⁸⁵.

B - L'explication de la mobilité sociale et l'appréciation de la réussite sociale des créateurs d'entreprise.

Cette situation peut-elle s'expliquer ? D'autre part, la faiblesse constatée de l'accès à la CSP des chefs d'entreprises de plus de 10 salariés des fils de classes populaires et de ceux d'une partie de la petite bourgeoisie remet-elle en cause la création d'entreprises comme moyen de régulation sociale ?

a) Des éléments explicatifs.

Selon Pierre Bourdieu, le niveau social résulte de la combinaison de trois catégories de capital :

- Le capital économique, comprenant les outils de production possédés et mis en oeuvre, les biens immobiliers les valeurs mobilières...

- Le capital culturel, dont le diplôme mesure une fraction importante, mais qui se transmet également d'une génération à l'autre à travers la vie de famille.

- Le capital social qui s'entend comme "l'ensemble des relations sociales, amitiés, échanges de services, régulation... dont dispose un individu et qui peuvent l'aider à mettre en valeur son capital économique ou culturel en mobilisant les ressources d'un groupe"⁸⁶. Chaque espèce de capital peut se transmettre de génération en génération ; elle peut également être convertie en une autre espèce de capital.

La possession d'un capital économique est plus importante chez les fils de non salariés et plus précisément chez ceux dont les pères avaient le plus à transmettre. Presque la moitié des fils de chefs d'entreprises de plus de 10 salariés est à son compte ⁸⁷:

Tableau 1.1.1. - Les filiations

⁸⁵ Michel Trollac et Pierre Laulhé - Economic et Statistique n° 199 - 200 p. 85

⁸⁶ Economic et statistique n° 199 - 200 op. cit. p. 96

⁸⁷ Economic et statistique n° 199 - 200 op. cit. p.101

Indice de transmission du capital économique

En %

Catégorie socioprofessionnelle du père	Proportion de fils à leur compte (1)	Proportion des dirigeants d'entreprise de dix salariés et plus
11 Agriculteur (petite exploitation)	9	ns (2)
12 Agriculteur (moyenne exploitation)	8	ns
13 Agriculteur grande exploitation	12	15
21 Artisan	30	7
22 Commerçant et assimilé	28	11
23 Chef d'entreprise (10 salariés et plus)	48	39
31 Profession libérale	40	24
33 Cadre Fonction publique	19	15
34 Professeur, scientifique	18	ns
35 Profession de l'information des arts et des spectacles	20	ns
37 Cadre administratif ou commercial d'entreprise	19	38
38 Ingénieur, cadre technique d'entreprise	24	25
42 Instituteur et assimilé	12	-(2)
43 Profession intermédiaire de la santé, travailleur social	25	-
44 Clergé		
45 Profession intermédiaire administrative de la Fonction publique	7	-
46 Profession intermédiaire administrative ou commerciale d'entreprise	14	-
47 Technicien	13	-
48 Contramaître, agent de maîtrise	14	-
52 Employé civil, agent de service de la Fonction publique	11	-
53 Policier, militaire	11	-
54 Employé administratif d'entreprise	10	-
55 Employé de commerce	ns	-
56 Personnel de services directs aux particuliers	ns	-
62 Ouvrier qualifié de type industriel	10	-
63 Ouvrier qualifié de type artisanal	13	-
64 Chauffeur	12	-
65 Ouvrier qualifié (manutention, magasinage, transport)	9	-
67 Ouvrier non qualifié de type industriel	8	-
68 Ouvrier non qualifié de type artisanal	9	-
69 Ouvrier agricole	10	-

1. Agriculteurs exceptés, y compris les chefs d'entreprise salariés.
2. Chiffre non significatif.

La conversion du capital culturel des pères en capital économique est opérée par le fils lorsqu'aucun parent ou grand-parent n'était à son compte. Quand à la transmission du capital social qui n'a pas été prise en compte dans l'étude de l'INSEE dont sont issus ces résultats, elle intervient dans de nombreux cas de création d'une manière significative.

b) La réussite sociale.

Comment peut-on définir la réussite sociale ? Elle peut être envisagée d'un point de vue strictement individuel et laissée donc à la subjectivité de chacun. Elle peut également être envisagée au regard de l'accumulation d'un capital, qu'il soit économique, culturel ou social, ou de l'ensemble des trois.

Si la définition de la réussite sociale peut sembler qualitativement aisée, la mesure de cette réussite est difficile voire impossible, compte tenu notamment de la quasi-impossibilité de quantifier l'accumulation du capital social et de déterminer un seuil d'accumulation qui soit significatif.

La création d'entreprise est-elle un facteur de réussite sociale ? La réponse à cette question peut être envisagée de deux points de vue :

- Nombreux sont les créateurs d'entreprises qui reconnaissent avoir réussi socialement, même si l'accumulation du capital a été relativement faible. "Créer, c'est donner une forme à son destin..."⁸⁸. Avoir pu choisir de créer une entreprise et de la diriger peut, pour celui qui a fait ce choix, avoir toutes les caractéristiques d'une réussite sociale.

⁸⁸ Albert Camus

- L'accumulation du capital économique par des créateurs d'entreprises, si elle ne peut pas être globalement appréciée, peut cependant, être considérée comme certaine.

Nous disposons de monographies, traitant du cas d'une création ou rassemblant des cas⁸⁹ qui indiquent que le capital économique accumulé est conséquent.

Une autre approche est davantage convaincante. Parmi les "150 Français les plus riches"⁹⁰, 15 sont des héritiers, 65 des héritiers-entrepreneurs (ayant fortement développé un patrimoine de départ), et 67 des entrepreneurs sans fortune à l'origine. Ainsi, on peut estimer que près de 45 % des Français les plus riches sont des créateurs d'entreprises. On peut également penser que cette proportion doit vraisemblablement augmenter lorsqu'on descend dans les strates inférieures de niveau de patrimoine.

Vue sous l'angle de l'accumulation du capital économique, la création d'entreprise apparaît comme un facteur important de réussite sociale.

Cette accumulation du capital économique n'est-elle pas la conversion du capital culturel et du capital social transmis par la génération précédente ? Il est clair que les "classes populaires" ayant peu de capitaux à transmettre (capital économique modeste, capital culturel social limité à une transmission éventuelle dans un groupe social proche) généreront peu d'entrepreneurs connaissant une réussite sociale très importante. Cette situation pourrait être jugée sévèrement : il s'agirait d'une pseudo-mobilité sociale, qui ne promet que peu d'élus, ceux-ci servant d'alibi à une organisation sociale foncièrement marquée par l'inégalité des chances.

Observons cependant, que la création d'entreprises est pour les enfants des classes populaires, une des seules possibilités de promotion sociale. Reprenons à nouveau l'image de l'échelle sociale dont on gravit les échelons : le passage des "classes populaires" aux "classes dominantes" exige souvent la transition par la "petite bourgeoisie" (artisanat, commerce notamment). Enfin, plutôt que de dénoncer l'inégalité des chances, il vaut mieux s'attacher à augmenter chez les individus le capital culturel par la formation et à suppléer par des formules diverses à l'absence d'un capital social adapté et à la faiblesse du capital économique⁹¹.

X

X X

La liberté d'entreprendre, formelle, certes, est une des libertés caractérisant de nombreux systèmes socio-économiques, certains y revenant d'ailleurs après l'avoir rejetée. La liberté d'entreprendre autorise une mobilité sociale réductrice de tensions, par une capacité à supprimer des rigidités et à empêcher la formation d'une société sclérosée.

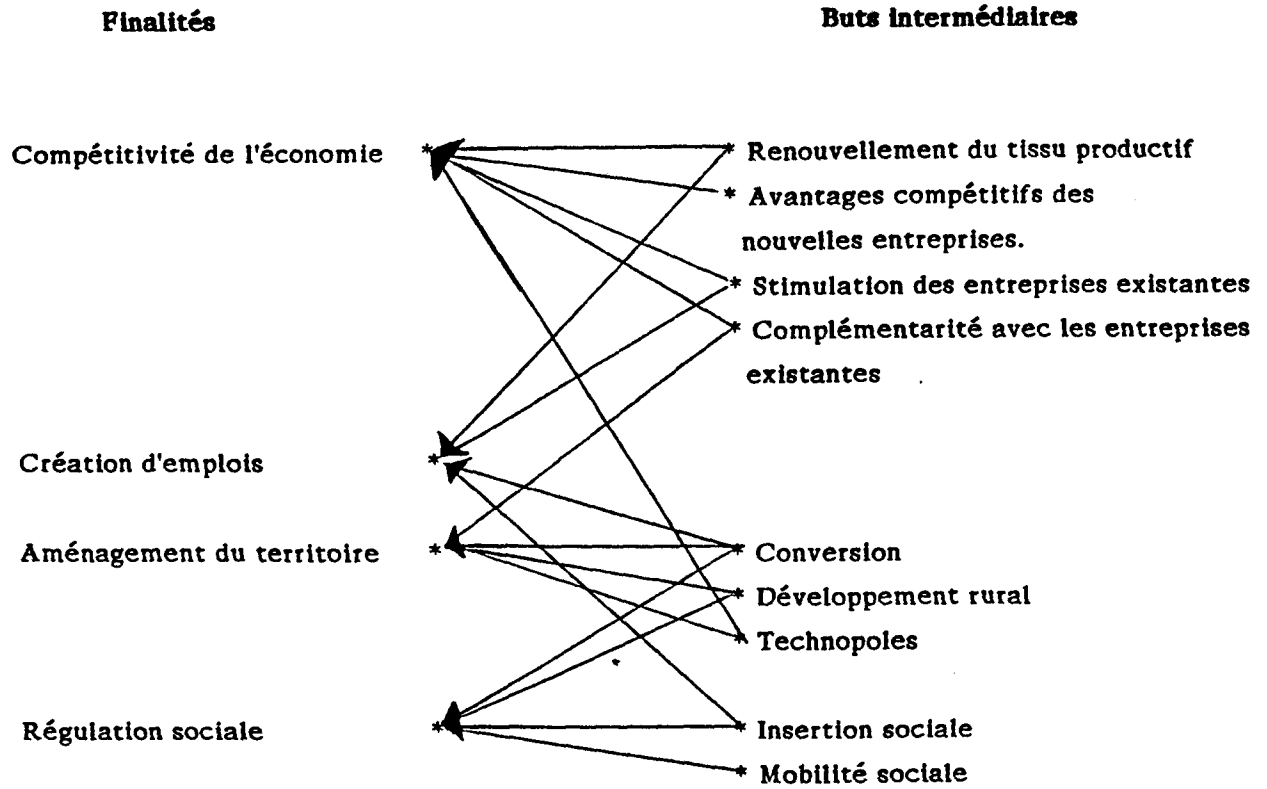
Le défi le plus fort auquel nous semble être confrontée la société française d'aujourd'hui, est le problème de l'intégration des exclus. Puisse la création d'activités contribuer à cette intégration et participer ainsi à la régulation sociale.

Compétitivité de l'économie, création d'emplois, aménagement du territoire et régulation sociale, finalités du système de la création d'entreprises comportent, nous l'avons vu, des buts intermédiaires. Les liaisons entre buts intermédiaires et finalités apparaissent dans le schéma ci-après :

⁸⁹ Par exemple, V. Beaufils "Milliardaire à 40 ans. Ils sont partis de rien, dix ans après, ils sont plein aux as". L'expansion 20 avril - 10 mai 1984 pp. 91-101

⁹⁰ L'expansion 23 sept - 6 oct. 88 pp. 115-126

⁹¹ C'est l'objet des programmes d'actions entrepreneuriales présentés dans la dernière sous-partie.



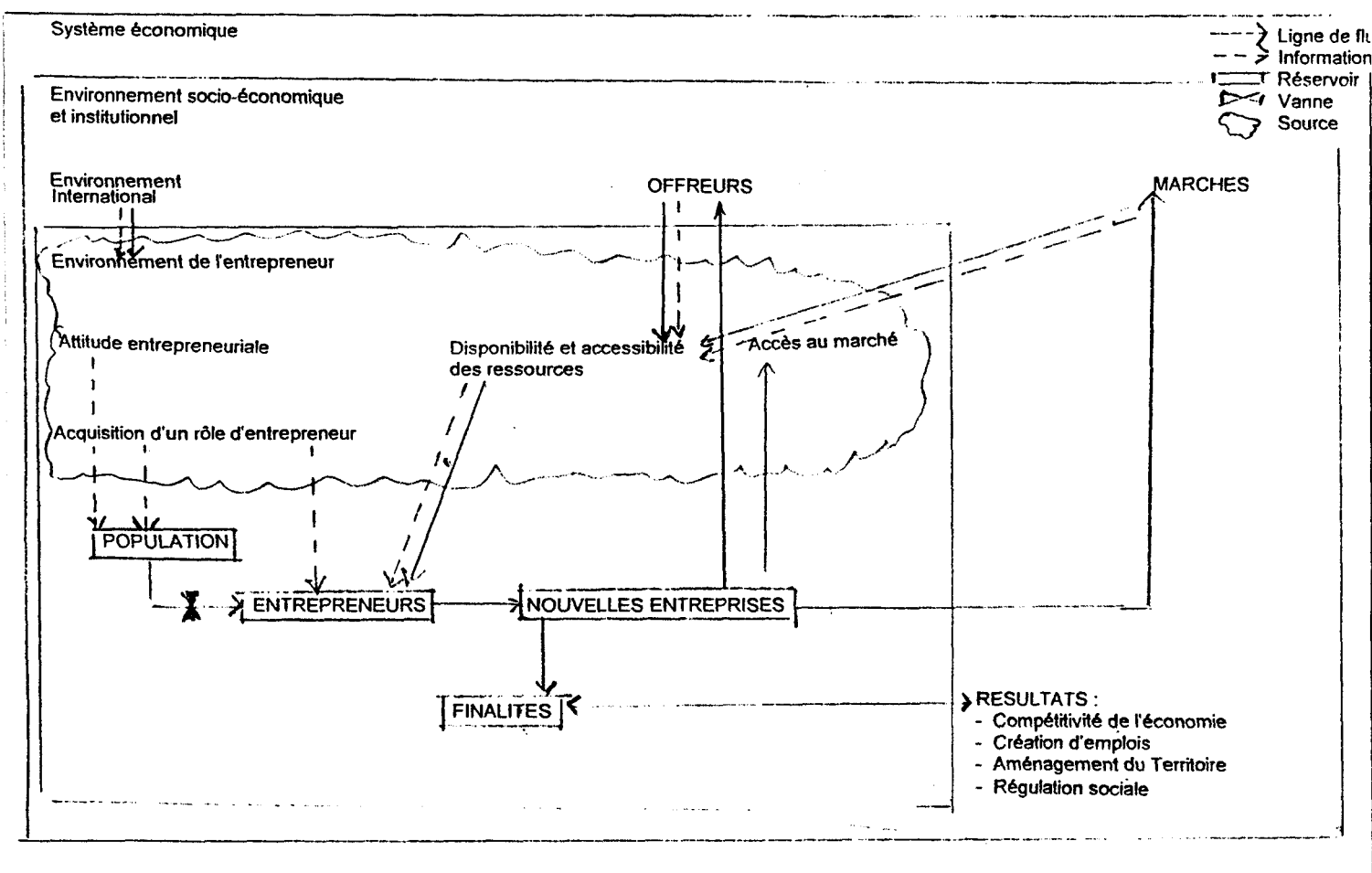
CHAPITRE XI

LE MODELE DE LA CREATION D'ENTREPRISES

"La notion de modèle recouvre, dans son sens le plus large, toute représentation d'un système réel, quelle que soit la forme de cette représentation : mentale ou physique, verbale, graphique ou mathématique (...), quel que soit le langage retenu pour présenter un modèle, le processus même de cette modélisation est sensiblement le même : il vise, comme l'a dit J. Perrin, à "remplacer du visible compliqué par de l'invisible simple" ¹.

Ce processus présente deux aspects distincts : un aspect théorique (celui de la formalisation et de la conceptualisation) et un aspect empirique, celui de l'observation. Il est nécessaire d'alterner observations et formalisations afin d'identifier les composants et les relations entre ces éléments, puis de construire la structure générale du système.

Le modèle de la création d'entreprises, résultat de cette démarche est présenté ci-après.



Il est nécessaire d'explicitier la composition de ce système, puis d'en étudier la dynamique.

¹ D. Durand "La Systémique" *op. cit.*

Section I - La composition du système.

Le système de la création d'entreprises sera décrit sous deux aspects :

- L'aspect structurel présentant les composants du système.
- L'aspect fonctionnel, qu'il s'agisse d'échanges, de transferts, de flux, d'évolutions.

§ 1 - L'aspect structurel

Du point de vue structurel, un système comprend quatre composants : une frontière, des éléments, un réseau de transport et de communication et des réservoirs.

A - La frontière

La frontière, ou limite, définit les contours du système et le sépare du monde extérieur. Le système de la création d'entreprises s'insère dans d'autres sphères, fait partie de systèmes plus globalisants - comme cela a été noté lors de la présentation des finalités du système - et il est d'ailleurs lui même composé de sous-systèmes, fonctionnant eux mêmes comme des systèmes. Pour reprendre l'image de Joël de Rosnay, "Nous sommes en présence d'un ensemble de poupées russes qui s'emboîtent les une dans les autres".²

Nous nous attacherons à la présentation sommaire des deux systèmes dans lequel s'insère le système de la création d'entreprises : le système économique et l'environnement socio-économique et institutionnel.

a) Le système économique

Parmi les définitions de cette notion, nous pouvons retenir celle de Werner Sombart³, définition opératoire du concept de système en économie, se devant de répondre à trois questions : quoi ? comment ? pour qui produire ?. Pour Sombart, le système économique est défini par trois composantes : l'esprit (les mobiles dominants), la substance (la technique) et la forme (éléments sociaux, politiques, institutionnels). Par exemple, le système d'économie capitaliste libérale se caractérise notamment par la recherche du profit et l'esprit de concurrence pour l'esprit ; par la propriété privée des moyens de production, l'économie décentralisée et la liberté dans et par le marché pour la forme.

L'esprit et la forme sont en congruence avec la substance : l'élément technique, rudimentaire, caractérise le système d'économie fermée ; l'emploi de l'outil et du métier se développe avec le système d'économie artisanale.

..."On peut considérer que le système technique occidental a subi trois transformations : la première au Moyen-Age, la seconde au XIXème siècle, la troisième contemporaine. Chacune de ces transformations peut être décrite à partir de quatre changements fondamentaux affectant les relations avec le vivant, les matériaux, la gestion des ressources, notamment énergétiques, et la structuration du temps. A chaque stade, chacun de ces quatre pôles connaît une évolution vers plus de finesse et de complexité".⁴

² " *Le Macroscop* " op.cit.

³ Présenté par Cl. Alouier " *Economie politique* " Economica 1982

⁴ Rapport sur l'état de la technique . Sciences et Techniques -mars 1985 p. 42

TABLEAU DES TRANSFORMATIONS DU SYSTEME TECHNIQUE

Périodes	XIIe siècle	XVIIIe XIX siècle	Aujourd'hui
Dimensions			
Temps	Heures (clocher)	secondes	Manoseconde
Vivant	Agriculture (sélection)	microbiologie Pasteur	Génie Génétique
Energie	Moulins à vent	Moteurs à vapeur	Maîtrise de l'énergie
Matériaux	Fer	Acier	Hyperchoix

Les changements de systèmes techniques se produisent en très forte interaction avec le système socio-culturel et économique. La transformation du système technique entraîne des modifications à l'intérieur des entreprises au plan de la production (utilisation de la micro-électronique, de la robotique, de nouveaux matériaux...), mais également au plan culturel avec la très forte intellectualisation de la production, d'où la nécessité de formation.

"La révolution de l'intelligence se traduit également par une transformation des structures. On passe d'une industrie de masse, organisée en hiérarchies, avec du personnel peu qualifié, à une industrie de petites unités, organisée en réseaux, à haute densité de matière grise et de talents"⁵. Cette évolution a déjà été notée ⁶ et a des conséquences en matière de création d'entreprises.

b) L'environnement socio-économique et institutionnel

La frontière séparant l'environnement socio-économique et institutionnel du système économique est assez floue sur certains points. Pour simplifier, les composantes du système économique sont caractérisées par une relative invariance et une certaine généralité.

Cette stabilité relative et cette généralité sont apparues dans la description de l'évolution du système technique. Elles apparaissent également dans l'émergence dans les pays industrialisés de l'économie mixte. "Toutes les économies occidentales sont des économies mixtes, combinant à des degrés divers les mécanismes du marché et de l'intervention publique ; c'est un "mélange hybride de capitalisme et de socialisme", résultat d'une transformation du capitalisme et d'une extension quasi continue de l'interventionnisme".⁷

En revanche, les composantes de l'environnement du système de la création d'entreprises peuvent se caractériser par des évolutions parfois rapides et par des formes pouvant être des applications du système économique.

Nous retiendrons trois grandes catégories d'éléments : les marchés, les offreurs et l'environnement international.

⁵ idcm p. 186

⁶ Chapitre III et X

⁷ J. Lecaillon "L'Economie mixte" Analyse de la SEREIS n° 72 - novembre 1989 pp. 259-264

- Les marchés sont aussi bien les marchés des ressources auxquels doit s'adresser la nouvelle entreprise afin de se procurer les ressources dont elle a besoin, que les marchés sur lesquels elle offrira ses biens ou ses services.

- Les offreurs, ce sont les entreprises existant à un moment donné, et qui pourront être fournisseurs, clients, partenaires ou concurrents de la nouvelle entreprise.

- L'environnement international de la nouvelle entreprise est constitué par l'ensemble de toutes les firmes étrangères et de toutes leurs décisions - qu'elles soient de la même branche industrielle qu'elle ou non - et par les environnements politique, juridique, économique, technologique, culturel et social de tous les pays autres que la France.

Compte tenu de degré d'ouverture de l'économie française et de la mondialisation de certains marchés, la dimension internationale se révèle importante pour des nouvelles entreprises.

En ce qui concerne l'élément institutionnel, celui-ci se trouve en étroite imbrication avec la "forme" du système économique, tout comme les aspects politiques et sociaux.

Au niveau du système économique se situeront un certain nombre de principes, de textes généraux, de valeurs fondamentales... Dans l'environnement socio-économique et institutionnel se trouveront davantage les décisions prises par les émetteurs d'environnement et les flux socioculturels pouvant avoir une influence sur l'entrepreneuriat. Ces éléments seront ceux qui interviendront notamment dans l'environnement de l'entrepreneur.

B - Les éléments qui composent le système de la création d'entreprises.

Quatre catégories d'éléments composent le système : l'environnement de l'entrepreneur, la population, les entrepreneurs et les nouvelles entreprises.

a) L'environnement de l'entrepreneur

L'environnement de l'entrepreneur a été défini comme étant constitué par l'ensemble des éléments qui l'entourent et qui exercent une influence sur sa prise de décision.

Les composantes de cet environnement sont le fait de centres de décisions externes au créateur potentiel créant ou modifiant cet environnement. Plus précisément, l'environnement de l'entrepreneur a été étudié sous deux aspects : un aspect sociologique, avec les influences s'exerçant au niveau de la formation de l'attitude entrepreneuriale et de l'acquisition du rôle d'entrepreneur ; un aspect économique avec la disponibilité et l'accessibilité des ressources et l'accès au marché.

L'environnement à l'entrepreneur est en quelque sorte une médiation, jouant à la fois un rôle de transformation et de filtre, entre l'environnement socio-économique et institutionnel d'une part, et les autres éléments du système : population, entrepreneurs et nouvelles entreprises, d'autre part.

Par exemple, parmi les valeurs culturelles dominantes à un moment donné, relatives à l'esprit d'initiative, certaines se focaliseront sur l'esprit d'entreprise et la création et influenceront un créateur potentiel, alors que d'autres favorisent d'autres types d'entrepreneuriat.

Le système financier a, depuis longtemps, participé au financement des entreprises ; il n'y a que depuis une dizaine d'années, en France, qu'une offre de financement spécifique aux nouvelles entreprises est apparue.

Accéder au marché, pour une nouvelle entreprise, a, historiquement toujours été possible ; la facilitation de l'accès au marché, notamment due au comportement d'entreprises existantes est plus récente.

Ces problèmes montrent que l'environnement de l'entrepreneur constitue une sélection et/ou une spécialisation d'éléments de l'environnement socio-économique et institutionnel orientées vers la création d'entreprises. Ces éléments seront perçus, ou recherchés et utilisés par des individus devenant entrepreneurs.

b) La population

Il s'agit, dans une première approche, de considérer la population active d'un pays. Cette définition, quoique large puisqu'elle comprend à la fois les personnes ayant un emploi et les personnes recherchant un emploi, est encore insuffisante, puisqu'elle se cantonne à une situation démographique à un moment donné. Il est nécessaire de tenir compte d'autres facteurs affectant la population de créateurs potentiels et son évolution :

- D'abord, des flux de population (émigration - immigration) peuvent avoir un effet sur le nombre de créateurs potentiels. Cet aspect a été développé sous un angle culturel (Chapitre IX). Dans les faits, il est apparu que certains groupes d'individus déplacés (rapatriés d'Afrique du Nord, travailleurs immigrés...) ont pu être à l'origine de nombreuses créations d'entreprises. Quelles seront les incidences à ce niveau de l'espace unifié européen ? Il n'est pas déraisonnable d'envisager l'installation en France d'entrepreneurs venus d'autres pays de la Communauté, et ceci dans des proportions significatives.

- Ensuite, il faut tenir compte de facteurs sociaux étendant la population active susceptible d'être à l'origine de créations d'entreprises. En 1985, les créateurs-repreneurs de moins de 25 ans constituaient 14,19 % du nombre total de créations-reprises, et ceux, âgés de plus de 50 ans, 9,43 %. ⁸ L'âge moyen des créateurs-repreneurs était de 35 ans, et l'âge moyen de la population active totale en 1985 était estimé à 38 ans révolus. La création d'entreprises pourra être le fait d'individus plus jeunes ou plus âgés. En 1985, près de 4500 étudiants et apprentis (représentant 3 % des créateurs-repreneurs) sont rentrés directement dans le monde des actifs indépendants. Ce nombre peut éventuellement augmenter, ainsi que celui des créateurs ayant atteint l'âge de la retraite et bénéficiant d'un allongement sensible de l'espérance de vie.

Toujours pour l'année 1985, "plus de 12 000 personnes qui n'exerçaient ni ne cherchaient d'emploi depuis cinq ans en moyenne ont éprouvé le besoin ou saisi l'opportunité de créer leur affaire ou prendre une succession".⁹ Ces personnes n'étaient pas comptabilisées dans la population active.

- Enfin, c'est l'ensemble de la population qui, à un moment donné, reçoit des informations favorisant la formation d'une attitude entrepreneuriale et l'acquisition d'un rôle d'entrepreneur. Nous avons développé ces aspects de l'apprentissage chez les enfants (Chapitre IX). Il est indéniable que la diffusion de valeurs culturelles relatives à l'entrepreneuriat auprès d'enfants aura des effets sur leur comportement d'adultes.

⁸ Henri Viennet " Créations et Reprises d'entreprises en 1985 " INSEE - Résultats n°41- novembre 1989

⁹ H. Viennet op. cit.20

Au total, il apparaît que la première approche d'une population de créateurs d'entreprise limitée à la population active est trop restrictive. C'est l'ensemble d'une population adulte - elle-même susceptible d'évolutions - qui est concernée. A la limite, tout individu est susceptible de devenir créateur d'entreprise et nous avons précédemment dénoncé le "mythe de l'entrepreneur" justifiant mal un pseudo-élitisme de la création d'entreprise.

Si la liberté d'entreprendre est une des libertés fondamentales des systèmes démocratiques, si le droit à la création d'entreprise fait partie des droits individuels, l'exercice de ce droit n'est envisagé que par une minorité d'individus.

c) Les autres éléments du système de la création d'entreprises

Trois autres catégories d'éléments composent le système : les entrepreneurs, les nouvelles entreprises et les finalités du système. Ces catégories d'éléments ont été étudiées précédemment (chapitres VI, VII et X). Il n'est donc pas nécessaire de développer ces différents points.

Certains des éléments composant le système peuvent être stockés, c'est le rôle des réservoirs.

C- Les réservoirs

Dans les réservoirs sont rassemblés et stockés des éléments (des matières, de l'énergie, des produits, de l'information, de l'argent...). L'existence de réservoirs est indispensable au bon fonctionnement d'un système. Sans eux, il y aurait risque d'emballement ou de blocage. En effet, le comportement de tout système, quelle que soit sa complexité, dépend essentiellement de deux types de variables : les variables de flux et les variables d'état, ou de niveau. Les variables d'état indiquent l'accumulation au cours du temps d'une quantité donnée dans un réservoir, et ceci à un moment donné.

Par exemple, les créateurs potentiels, appartenant à la population, et décidant de devenir entrepreneur, viennent constituer le réservoir des entrepreneurs. Il y a eu 184 907 créations et reprises d'entreprises en 1985, résultat d'un flux provenant de la population.

Le blocage du système risquerait d'être provoqué par l'absence de stockage de ressources et la raréfaction de celles-ci à destination des nouveaux entrepreneurs. Par exemple, une plate forme d'initiative locale constituant un fonds d'intervention afin d'accorder des prêts à des créateurs d'entreprise, permet de réguler les flux financiers. L'absence d'un tel fonds, stockant des ressources financières, rend impossible (non compte tenu d'autres aspects) leur affectation au financement de projets.

Le risque d'emballement du système pourrait provenir, par exemple, d'informations trop largement diffusées relatives à un type d'opportunité à exploiter. Certaines publications ont pu contribuer à une très forte création de certaines catégories d'entreprises. (par exemple les vidéo-clubs au début des années quatre vingt). Un magazine proposant des dossiers de création d'entreprises, après sélection d'opportunités, et à un prix dissuadant des candidats faiblement intéressés,¹⁰ joue en quelque sorte un rôle de réservoir, et évite semble-t-il des risques d'emballement.

¹⁰ DEFIS. Cet aspect a été évoqué chapitre IX - section II

D - Le réseau de communication

Le réseau de communication permet l'échange d'énergie, de matière, d'information entre les éléments du système et les différents réservoirs.

Le réseau de communication est utilisé par des flux de natures diverses, relevant de l'aspect fonctionnel de la composition du système.

§.2 L'aspect fonctionnel

Du point de vue fonctionnel, le système comporte des flux, des centres de décision, des délais et des boucles de rétroaction.

A. Les flux

Circulant dans les réseaux de communication, et transitant dans des réservoirs du système, les flux seront des flux monétaires, des flux de personnes, des flux de produits et de services et des flux d'information.

Les flux monétaires correspondent d'une part aux financements obtenus par les candidats entrepreneurs et par les nouvelles entreprises et, d'autre part, aux chiffres d'affaires réalisés par celles-ci.

Les flux de personnes concernent les créateurs potentiels devenant entrepreneur, et, il faut bien évoquer ce point, les anciens entrepreneurs ayant perdu cette qualité et retournant dans le réservoir population.

Les flux de produits et de services concernent les nouvelles entreprises dans leur activité de production : elles se les procurent sur le marché et ont des résultats physiques qu'elles proposent au marché.

Enfin, les flux d'information jouent un rôle également important dans le modèle : les informations sont reçues par la population et à des degrés différents selon les différents segments de celle-ci, par les entrepreneurs et par les nouvelles entreprises.

Certains de ces flux pourraient s'exprimer en quantités pour unités de temps, avec des degrés d'obtention et de fiabilité variables. D'autres, tels certains flux d'informations, ne sont pas quantifiables, ou à des conditions telles que les indicateurs utilisés appauvriraient beaucoup trop substantiellement la pertinence des données.

B - Les centres de décision

Les centres de décision reçoivent les informations et les transforment en actions, en agissant sur les débits des différents flux. Comparable à des "vannes", les centres de décision interviennent dans le système, d'une part dans le flux des candidats entrepreneurs décidant de devenir entrepreneur, d'autre part dans les flux liés à l'activité de la nouvelle entreprise, avec les décisions prises par les dirigeants des nouvelles entreprises. D'autres centres de décision contrôlent des flux intéressant les systèmes : ce sont les émetteurs appartenant à l'environnement socio-économique et institutionnel. Nous verrons ultérieurement que l'orientation d'émetteurs d'environnement en faveur de l'entrepreneuriat contribue d'une manière significative à la création d'entreprises ¹¹

¹¹ Chapitre XIII - L'environnement entrepreneurial

a) Les décisions des créateurs potentiels

Le fait, pour un créateur potentiel de devenir entrepreneur, résulte d'une décision. D'un point de vue global, comment cette vanne règle-t-elle le débit de ce flux ? En d'autres termes, peut-on établir une comparaison entre le nombre de créateurs potentiels et le nombre de créateurs effectifs ?

Une seconde catégorie d'interrogation survient : y a-t-il des facteurs explicatifs du flux ainsi contrôlé par le centre de décision ?

1. Le passage à la création

Disposant d'informations sur les intentions des Français à l'égard de la création d'entreprises, ¹² et la création effective ¹³ nous pouvons établir les comparaisons ci-après :

Parmi la population française des salariés, chômeurs, ou étudiants âgés de 20 à 57 ans....

	en 1984	en 1986	en 1987	en 1988
Personnes envisageant de créer leur entreprise	4 400 000	4 900 000	5 700 000	5 100 000
Personnes ayant un projet précis	2 500 000	2 400 000	3 100 000	2 700 000
Personnes ayant fixé à moins d'un an le délai de création de leur entreprise	484 000	832 000	720 000	570 000
Nombre de créations et reprises	184 907 en 1985	212 593 en 1987	216 577 en 1988	206 989 en 1989
Taux de réalisation (nombre de créations-reprises) nombre de créateurs potentiels à moins d'un an	38,20 %	25,55 %	30,08 %	36,31 %

2. Les facteurs explicatifs

Comment expliquer la "déperdition" entre le nombre de personnes déclarant vouloir créer leur entreprise dans un délai de moins d'un an et le nombre de créations-reprises effectives l'année suivant cette déclaration ?

- Il y a d'abord le jeu des modes de déclenchement qui interviendront différemment selon les catégories de créateurs potentiels ¹⁴ on peut penser que le mode traumatique jouera davantage pour les créateurs âgés que pour les créateurs jeunes. D'autre part, compte tenu

¹² Enquêtes réalisés par l'IFOP pour l'ANCE 1984 - 1985 - 1986

¹³ H. VIENNET op cit

¹⁴ Chapitre VII.

du taux d'activité féminine plus faible, les influences liées à l'activité professionnelle joueront moins que pour les hommes.

	ont pensé à un projet précis		répartition des créateurs-
repreneurs			
Sexe			
Homme	63 %		71,7 %
Femme	37 %		28,3 %
Age			
20-24 ans	23 %		14,2 %
25-34 ans	39 %	72 %	76,4 %
35-44 ans	33 %		
50-57 ans	5 %		9,4 %

- Il y a ensuite l'intervention de différents facteurs dans le mécanisme de la décision : le créateur doit surmonter des inhibitions psychologiques (velléité, résistance au changement...). Si, parmi ceux déclarant avoir pensé à un projet précis, il y a 31 % de cadres, on ne retrouve plus que 14,3 % de cadres parmi les créateurs repreneurs.

Dans la prise de décision interviennent également l'obtention et le traitement d'informations. A la question "si on vous proposait des opportunités de reprise ou de création, pensez vous que votre projet aboutirait plus rapidement ?", 59 % des créateurs potentiels interrogés répondent par l'affirmative ¹⁵

- Enfin, peuvent intervenir d'éventuelles difficultés à rassembler des ressources financières pour la mise en oeuvre du projet ou une appréciation trop optimiste du délai nécessaire à cette mise en oeuvre.

Une analyse des raisons de ne pas créer sera présentée (chap XV, section III) à partir de l'étude de la population de créateurs potentiels que nous avons accompagnés.

b) Les décisions des nouvelles entreprises

La nouvelle entreprise - comme toute entreprise - est un "système ouvert, adaptatif, finalisé et formé de sous-systèmes hiérarchisés" ¹⁶.

A.M. FERRICELLI privilégie comme finalité de l'entreprise la survie, la conservation de la viabilité, et cette "survie de la firme en tant que système adaptatif dépend essentiellement du succès de la procédure de structuration, de déstructuration et de restructuration qu'elle est susceptible de mettre en oeuvre en réponse aux changements de l'environnement".

L'entreprise a besoin de deux types d'informations : une information sur l'environnement (lui permettant de connaître la variété de celui-ci à un moment donné et d'anticiper d'éventuelles modifications) et une information sur son fonctionnement (lui permettant de contrôler l'adéquation des résultats à l'égard des objectifs et de prendre d'éventuelles décisions

¹⁵ Sondage IFOP - ANCE - septembre 88

¹⁶ A.M. FERRICELLI "L'entreprise comme système dynamique ouvert" *Connaissance Politique* n°1 février 1983 pp 50-61

correctives). La quantité et la qualité de ces informations interviendra dans le jeu des mécanismes d'adaptation de l'entreprise.

"Les mécanismes d'adaptation de la firme sont d'autant plus efficaces, c'est-à-dire porteurs de changements adaptés à la finalité de survie, qu'ils revêtent un plus grand nombre des diverses propriétés suivantes .

La première de ces propriétés est ce que l'on pourrait appeler une certaine plasticité à l'égard de l'environnement. Il s'agit d'une qualité d'ouverture de la firme qui la tient à l'écoute des changements et des événements qui se produisent dans l'environnement et qui la conduit à se demander, sans cesse, comment agir sur eux et comment répondre aux effets qu'elle en attend.

La seconde propriété des mécanismes d'adaptation efficaces réside dans le fait qu'ils intègrent des procédures quasi automatiques de fabrication de variétés en réponse aux changements de variété de l'environnement.

La troisième propriété de ces mécanismes consiste en ce que les variétés fabriquées sont automatiquement triées à partir de critères sélectifs.

La quatrième propriété, enfin, est l'existence, au sein des mécanismes d'ensemble, d'un mécanisme de conservation ou de propagation des correspondances fructueuses entre variétés d'environnement et variétés d'entreprise" ¹⁷ .

De telles propriétés ont une probabilité plus forte d'être mises en oeuvre que l'environnement est mieux appréhendé par les nouvelles entreprises et que les émetteurs d'environnement permettent le jeu de ces mécanismes d'adaptation.

Décisions des créateurs d'entreprise potentiels, réglant le flux des créateurs effectifs, décisions des nouvelles entreprises, réglant les flux d'inputs et d'outputs avec leur environnement, constituent les "vannes" des flux du système de la création d'entreprises. Il y a également lieu de prendre en compte les vitesses de circulation des différents flux.

C - Les délais

Les délais résultent des vitesses différentes de circulation des flux, des durées de stockage, ou des "frottements" entre les éléments du système. Les délais permettent de procéder aux ajustements dans le temps nécessaires à la bonne marche du système. Ils jouent un rôle semblable à celui des réservoirs dans la description structurelle.

Les délais jouent un rôle important dans le fonctionnement du système. Ils peuvent être à l'origine de phénomène d'amplification ou d'inhibition : amplification lorsque la vitesse de circulation est rapide, inhibition dans le cas contraire.

Un phénomène d'amplification a pu être observé avec la création d'entreprises par des demandeurs d'emploi. Le premier texte législatif date du 3 janvier 1979 et avait prévu, pour une période transitoire de deux ans, à la fois une protection sociale gratuite pendant six mois et une allocation-aide égale à six mois d'indemnisation du chômage. Cette loi était promulguée à titre expérimental. En 1980, compte tenu des résultats observés, il a été décidé de modifier ces mesures et de les rendre permanentes (loi du 22 décembre 1980). L'ordonnance du 21 mars 1984 a encore modifié le montant de l'aide, non plus liée au montant des allocations de chômage que percevaient les demandeurs d'emploi, mais calculé en fonction du temps écoulé au chômage et des références de travail antérieures.

¹⁷ A.M. FERICELLI op-cit

Si le mode traumatique, caractérisé notamment par une situation de chômage est un des modes de déclenchement dans la décision de création ¹⁸, "le fait de créer une entreprise alors qu'on est au chômage ne signifie pas qu'on crée à cause du chômage. Il y a une diversité d'incidences du chômage sur la création : le chômage peut être une cause, une occasion ou un moyen de la création" ¹⁹.

En effet, le nombre de créateurs-repreneurs demandeur d'emploi s'est élevé à 32 128 en 1985, ce qui représente une proportion faible par rapport aux flux de demandeurs d'emploi.

D'autre part, l'aide aux chômeurs créant leur entreprise n'a été accordée qu'à 52 % des chômeurs-créateurs ²⁰.

On ne crée donc pas à cause du chômage, et le chômeur ne devient pas créateur pour percevoir l'aide, puisque celle-ci ne lui est attribuée que dans la moitié des cas.

Le phénomène d'amplification observé est dû, selon nous, à une diffusion rapide d'informations à destination des demandeurs d'emploi, ceci pour trois raisons essentielles :

- Une forte réceptivité à l'égard de solutions éventuelles pour retrouver une activité.
- Une relative disponibilité pour rechercher et traiter ce type d'informations.
- Des réseaux de circulation d'informations efficaces avec les agences pour l'emploi et les prescripteurs.

Le phénomène d'inhibition s'observe avec la diffusion très lente de l'attitude entrepreneuriale dans certains groupes sociaux. Dans le tableau ci-dessous, figurent à la fois la taille moyenne des établissements et le taux de création de nouveaux établissements.

MOYENNE 82-83-84	Taille moyenne des établissements	Taux de création de nouveaux établissements
ILE DE FRANCE	14.91	10.49
CHAMPAGNE-ARDENNES	12.53	10.56
PICARDIE	13.04	10.09
HAUTE-NORMANDIE	13.40	11.21
CENTRE	11.11	11.65
BASSE-NORMANDIE	9.85	13.36
BOURGOGNE	10.70	11.68
NORD-PAS DE CALAIS	14.46	9.26
LORRAINE	13.52	11.98
ALSACE	13.06	12.76
FRANCHE-COMTE	13.23	11.73
PAYS DE LOIRE	10.32	11.86
BRETAGNE	9.30	11.99
POITOU-CHARENTES	9.08	11.20
AQUITAINE	8.56	12.53
MIDI-PYRENEES	8.20	12.41
LIMOUSIN	8.44	10.80
RHONE-ALPES	11.79	11.82
AUVERGNE	9.19	12.19
LANGUEDOC-ROUSSILLON	7.34	17.36
PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR	7.82	15.03
CORSE	10.24	37.79

Source : UNEDIC

¹⁸ Chapitre VII.

¹⁹ Michel François DELANNOY - "Des incidences du chômage sur la création d'entreprises" Mémoire de maîtrise en sociologie - Université des Sciences et Technique de Lille - 1987

²⁰ H. VIENNET "Créations et reprises d'entreprises en 1985" - op-cit

Plus la taille moyenne des établissements est élevée, plus faible est le taux de création, et vice-versa... Une explication peut être avancée : l'absence d'exemplarité de la création de petites unités entraîne une difficulté de diffusion de l'attitude entrepreneuriale ; la taille moyenne élevée réduit également les possibilités d'acquisition d'un rôle d'entrepreneur. Ce même phénomène d'inhibition peut être observé dans certains bassins d'emploi ²¹ .

Il reste à examiner le dernier trait caractéristique du système envisagé sous l'angle fonctionnel : le jeu des boucles de rétroaction.

D - Les boucles de rétroaction

Des boucles d'information, ou boucles de rétroaction ("feed-back") jouent un rôle déterminant dans le comportement du système en combinant les effets des réservoirs, des délais, des centres de décision et des flux.

Deux types de boucles de rétroaction sont à distinguer : avec les boucles de rétroaction positives se manifestera toute la dynamique du changement du système, avec les boucles de rétroaction négatives se manifestera la régulation et la stabilité.

Le jeu de ces boucles de rétroaction sera examiné dans le cadre de l'étude de la dynamique du système.

Section II : LA DYNAMIQUE DU SYSTEME

Deux aspects sont à distinguer dans l'étude de la dynamique du système : d'une part son fonctionnement, et, d'autre part, son comportement.

§ 1. Le fonctionnement

Le fonctionnement de base des systèmes repose sur le jeu combiné des boucles de rétroaction, des flux et des réservoirs, et s'analyse sous trois points de vue : les relations avec l'environnement du système, son organisation hiérarchique et la rétroaction.

A. Les relations avec l'environnement du système

Le système de la création d'entreprises est un système ouvert, pratiquant de nombreux échanges avec son environnement. Ces interactions entre le système et son environnement sont présentées comme des entrées et des sorties (ou inputs et outputs). Les variables d'entrée correspondent aux flux précédemment décrits : le système de la création d'entreprises utilise des ressources nécessaires aux créateurs potentiels et aux nouvelles entreprises (ressources humaines, matérielles, financières et informationnelles).

Le système produit des nouvelles entreprises, qui entrent dans le parc des entreprises existantes, ont des activités générant des résultats, ceux-ci participant au fonctionnement du système socio-économique.

²¹ Chapitre XII et XVI

a) Le devenir des entreprises nouvelles

Les entreprises nouvelles rejoignent le parc des firmes existantes. Il est difficile de préciser la durée de la période au cours de laquelle les entreprises peuvent être considérées comme nouvelles.

On pourrait considérer que, dès leur création, les entreprises opèrent dans un monde où l'âge n'intervient pas. Ou bien, comme le considèrent certains organismes, les nouvelles entreprises le sont jusqu'à l'âge de trois ans. Implicitement, c'est l'option que nous avons prise dans le modèle.

La pérennité des jeunes entreprises a été évaluée ²². Les actifs des nouvelles entreprises défaillantes peuvent être réalisés et certaines des autres ressources utilisées peuvent également revenir sur le marché.

b) Les résultats de l'activité des nouvelles entreprises

Il s'agit de résultats physiques (biens et services produits), de résultats économiques (chiffres d'affaires et valeurs ajoutées), de résultats financiers (capacités d'auto-financement générées) auxquels il faut ajouter les conséquences de l'activité des nouvelles entreprises, et, d'une manière plus large, celles du phénomène de la création d'entreprises.

c) La relation avec les finalités du système

Les conséquences de l'activité des nouvelles entreprises correspondent aux finalités du système de la création d'entreprises, telles qu'elles ont été étudiées dans le chapitre précédent. Ces finalités participent aux finalités de la sphère économique (relatives à la satisfaction des besoins humains) et, en inter-relation avec la sphère des activités humaines, poursuivent un but très global, celui du bien être social.

Compétitivité de l'économie, création d'emplois, aménagement du territoire, régulation sociale constituent un interface entre le système de la création d'entreprises et le système économique.

L'étude des relations du système et de son environnement, et la comparaison des inputs et des outputs amènent à se poser la question de l'efficacité du système de la création d'entreprises.

Cette question est prématurée pour plusieurs raisons :

- Le comportement du système, étudié ci-après, fera apparaître des dynamiques de maintien et/ou de changement.

L'efficacité du système sera différente selon son fonctionnement.

- Nous insisterons ultérieurement (chapitre suivant) sur les conditions de l'action en faveur de la création d'entreprises et, notamment, sur l'intervention "juste nécessaire". L'intervention de l'opérateur concerné est nécessaire parce qu'il est le seul à pouvoir intervenir ; la notion complémentaire de "juste" s'applique à l'allocation de ressources adaptée pour l'intervention, au regard des résultats attendus.

- Enfin, d'une manière plus fondamentale, l'appréciation de l'efficacité du système pose le problème des critères à retenir et des possibilités de mesure. Il est extrêmement difficile - voire impossible - de délimiter et d'évaluer les ressources entrant dans le système. Au niveau des résultats, nous nous sommes efforcé - autant que faire se peut - de faire apparaître

²² Chapitre VII

dans l'étude des finalités des résultats quantifiés au regard de chacune des finalités. Cependant, un certain nombre d'effets induits ne sont pas quantifiables (par exemple, comment mesurer la stimulation, par de nouveaux offreurs, de l'offre existante ?) et d'autre part, comment apprécier les effets dans le temps de la mobilisation de ressources (exemple du multiplicateur d'investissement) et des résultats de l'activité des nouvelles entreprises ?

B - L'organisation du système

"Qu'est ce que l'organisation ? En première définition : l'organisation est l'agencement des relations entre composants ou individus qui produit une unité complexe ou système, dotée de qualités inconnues au niveau des composants ou individus. L'organisation lie de façon inter-relationnelle des éléments ou événements ou individus divers qui dès lors deviennent les composants d'un tout. Elle assure solidarité et solidité relative à ces liaisons, donc assure au système une certaine possibilité de durée en dépit de perturbations aléatoires. L'organisation donc : transforme, produit, relie, maintient" ²³ .

Le concept d'organisation exprime à la fois l'action et ses résultats : "l'organisation, forme organisée de l'action suffisamment stable pour être perçue dans l'exercice de cette action, susceptible d'être productive d'elle-même : organisée et organisante, s'organisant elle-même en organisant son action dans son environnement..." Jean-Louis LE MOIGNE ²⁴ écrit encore "Dépendante et solidaire de ses environnements. (environnements qu'elle relie, qu'elle produit, qu'elle maintient), elle s'en différencie par automatisation en s'organisant elle-même (se produisant, se reliant, se maintenant ou se régulant). Processus, l'organisation ne s'entend que dans le temps, le temps irréversible de l'action. C'est en cela sans doute qu'elle se distingue de façon essentielle de la structure (le squelette, la charpente, l'ossature...). L'organisation n'est pas un objet, une chose invariante indépendante de son observateur. Elle exprime à la fois, inséparablement, l'action, l'acteur, et la transformation temporelle de l'acteur. La complexité de l'organisation ne s'identifie pas par l'enchevêtrement des rouages ou des composants d'une structure (comme on le dirait d'un mécanisme d'horlogerie ou des entrailles d'un gros ordinateurs !). Elle s'identifie par l'imbrication présumée intelligible des multiples actions qu'elle assure, transitives et réursives, au fil du temps".

De cette longue citation de Jean-Louis MOIGNE, nous privilégierons deux aspects : celui de la complexité de l'organisation et le fait que l'organisation soit un processus.

a) La complexité du système

Le système de la création d'entreprises est complexe, cette complexité se caractérisant par les éléments suivants :

- Nous l'avons vu précédemment, le système de la création d'entreprises est constitué par une grande variété de composants possédant des fonctions spécialisées.
- Ces éléments sont organisés en niveaux hiérarchiques : le système de la création d'entreprise est composé de sous systèmes : environnement de l'entrepreneur, nouvelle entreprise...eux mêmes composés de sous-systèmes (par exemple les sous-systèmes commerciaux financiers... du système entreprise).
- Les différents niveaux et éléments sont reliés par une grande variété de liaisons. Ces inter-relations peuvent aller de "l'association (liaison d'éléments ou d'individus qui conservent fortement leur individualité) à la combinaison (qui implique une relation plus intime et plus

²³ Edgard MORIN "La méthode - Tome 1 - *La Nature de la Nature*" Editions du Seuil 1977 - pp 103-104

²⁴ Jean-Louis LE MOIGNE - "*La modélisation des systèmes complexes*" BORDAS 1990 p 76

transformationnelle entre éléments et détermine un ensemble plus unifiés). Les liaisons peuvent être assurées :

- par des dépendances fixes et rigides,
- par des inter-relations activités ou interactions organisationnelles,
- par des rétroactions régulatrices,
- par des communications informationnelles" ²⁵

- Enfin, pour J. de ROSNAY ²⁶ les interactions entre les éléments d'un système complexe sont non linéaires : les effets d'interaction linéaires simples peuvent être décrits par des relations mathématiques dans lesquelles les variables sont augmentées ou diminuées d'une quantité constante. En revanche, dans le cas des interactions non linéaires, les variables sont multipliées ou divisées par des coefficients, pouvant être eux-mêmes fonctions d'autres variables.

b) L'organisation processus

Un processus peut se définir par son exercice et son résultat. Dans le cas du système de la création d'entreprises, il y a relation entre ses différents niveaux et l'on peut établir une analogie avec la dynamique industrielle. "C'est au niveau de sous - ou meso-systèmes que la dynamique industrielle prend forme et se joue. Si le "moteur" se situe bien entendu au niveau des entreprises, le (sous-) système productif est le lieu de bouclage, où la dynamique se nourrit, se structure et se décide. [...] Si les "dynamiques intermédiaires" sont évidemment alimentées par les actions et dynamiques des entreprises - qui peuvent, selon les cas, être plus ou moins décisives - elles ne sont pas pour autant les simples "additions" de ces actions et dynamiques d'entreprises. Si les "dynamiques intermédiaires" se situent évidemment dans le cadre de données économiques globales, qui les contraignent (plus ou moins), ces dynamiques intermédiaires - qui peuvent en outre avoir des effets d'entraînement plus ou moins importants, au travers des relations inter-industrielles - s'additionnent et conditionnent par là le mouvement d'ensemble plus que l'inverse" ²⁷ .

Ainsi se dégage la notion d'émergence, définie par E. MORIN comme étant "les qualités ou propriétés d'un système qui présentent un caractère de nouveauté par rapport aux qualités ou propriétés des composants considérés isolément ou agencés différemment dans un autre type de système" ²⁸ .

L'émergence est une qualité nouvelle par rapport aux constituants du système :

- dans le cas du système entreprise, la combinaison des différentes ressources et du rôle "d'input-compléter" joué par le créateur lorsque naît une nouvelle entreprise.
- dans le cas du système de la création d'entreprises, la combinaison des éléments de l'environnement de l'entrepreneur, les nouvelles entreprises, produisent les résultats décrits précédemment en termes de compétitivité de l'économie, d'emploi....

Les caractéristiques de l'émergence recensées par E. MORIN apparaissent bien dans le système de la création d'entreprises : l'émergence est produite par l'organisation du système, est indissociable de l'unité globale et présente une qualité nouvelle par rapport aux qualités antérieures des éléments.

²⁵ E. MORIN op cit p 103

²⁶ *Le Macroscopie* op-cit;

²⁷ Jacques DE BANDT "Approche méso-économique de la dynamique industrielle" Revue d'Economie Industrielle n°49 3è trimestre 1989

²⁸ *La Nature de la Nature* - op cit p 106.

L'émergence "a donc vertu d'événement, puisqu'elle surgit de façon discontinue une fois le système constitué ; elle a bien sûr le caractère d'irréductibilité ; c'est une qualité qui ne se laisse pas décomposer, et que l'on ne peut déduire des éléments antérieurs" ²⁹ .

Cette propriété d'émergence a sa contrepartie : si le tout est plus que la somme des parties, la proposition contraire, paradoxalement, peut être soutenue. "Le tout est moins que la somme des parties : cela signifie que des qualités, des propriétés attachées aux parties considérées isolément disparaissent au sein du système [...] toute relation organisationnelle exerce des restrictions ou contraintes sur les éléments ou parties qui lui sont - le mot est bon - soumis. C'est en effet lorsque ses composants ne peuvent adopter tous leurs états possibles qu'il y a système" ³⁰ .

Les contraintes sont diverses :

- D'abord, des contraintes sont exercées par des parties interdépendantes les unes sur les autres, par exemple, les relations clients/fournisseurs des nouvelles entreprises sur les différents marchés.
- Ensuite, des contraintes sont exercées par les parties sur le tout : dans le système entreprise, la quantité et la qualité de chacune des ressources mises en oeuvre a une influence sur la configuration globale de l'entreprise.
- Enfin, des contraintes du tout sur les parties existantes. Il s'agit de restrictions (aspects législatifs et réglementaires, comportements de firmes existantes, difficultés d'accès au marché...) qui inhibent des créateurs potentiels ou qui limitent les possibilités, les capacités, les projets de nouvelles entreprises.

Il ne faut pas que le fonctionnement du système de la création d'entreprises ait pour corollaire un étouffement des possibilités qui y sont incluses. Dans quelles conditions ? Pour I. PRIGOGINE et I. STENGERS ³¹ , "la présence d'interactions non linéaires dans une population détermine la possibilité de modes d'évolution particuliers (effets boule de neige, propagations épidémiques, différenciation par amplification de petites différences), et cela, quelle que soit la population". L'ordre par fluctuation "mène à distinguer entre les états du système où toute initiative individuelle est vouée à l'insignifiance, et les zones de bifurcation où l'individu, une idée ou un comportement nouveau peuvent bouleverser l'état moyen. Non pas n'importe quel individu, idée ou comportement, mais ceux qui sont "dangereux", ceux qui peuvent utiliser à leur profit les relations non linéaires de l'ancien état moyen..." .

Certains créateurs d'entreprise sont ces "individus dangereux" capables de dépasser des contraintes et d'imaginer de nouvelles interactions avec d'autres éléments du système.

Henry FORD, lorsqu'il décida en 1910 de diminuer de 20 % le prix du modèle T, augmenta son volume de ventes de 60 %. Ce faisant, "il avait donné une démonstration irréfutable des lois fondamentales de l'économie d'entreprise, il avait renversé les calculs désespérants des limitations malthusiennes, il avait brisé les contraintes des modèles mathématiques de l'économie conventionnelle" ³² .

²⁹ E. MORIN "La Nature de la Nature" op-cit p 108

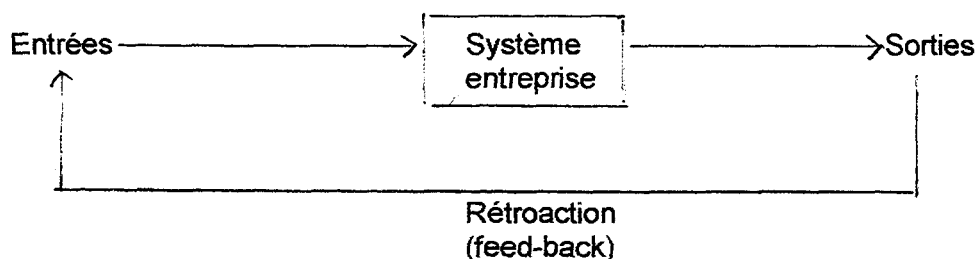
³⁰ E. MORIN op-cit p 112

³¹ "La Nouvelle Alliance" Editions Gallimard 1979 - pp 189-190.

³² Georges GILDER "L'esprit d'entreprise" Editons Fayard 1984

c - La rétroaction

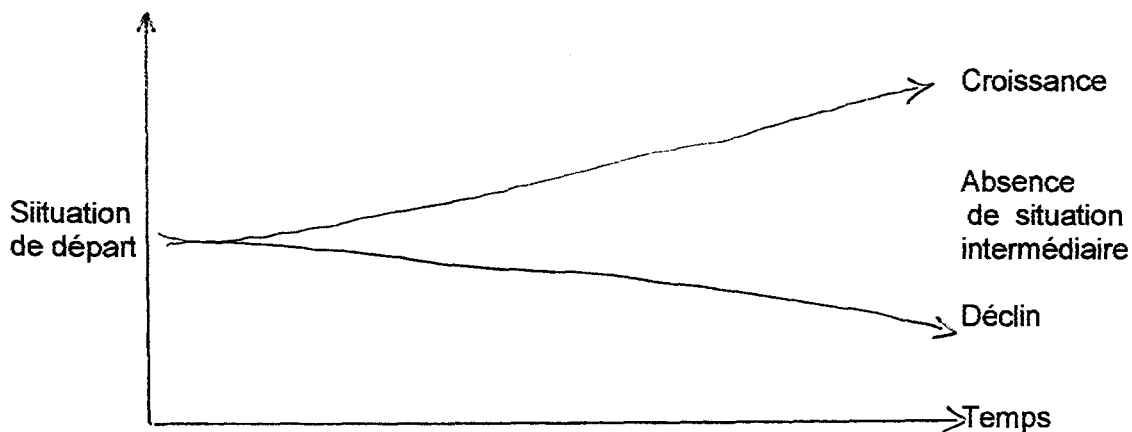
Dans le système de la création d'entreprises, il y a des variables d'entrée et de sorties, séparées par la durée. Dans une boucle de rétroaction, des informations sur les résultats d'une transformation ou d'une action sont renvoyées à l'entrée du système. Par exemple, l'entreprise met en oeuvre des "inputs" (les ressources déjà citées) et produit des "outputs" (résultats de son activité : biens et services produits, chiffre d'affaires.....) Des informations sur les résultats de l'activité sont renvoyées à l'entrée du système.



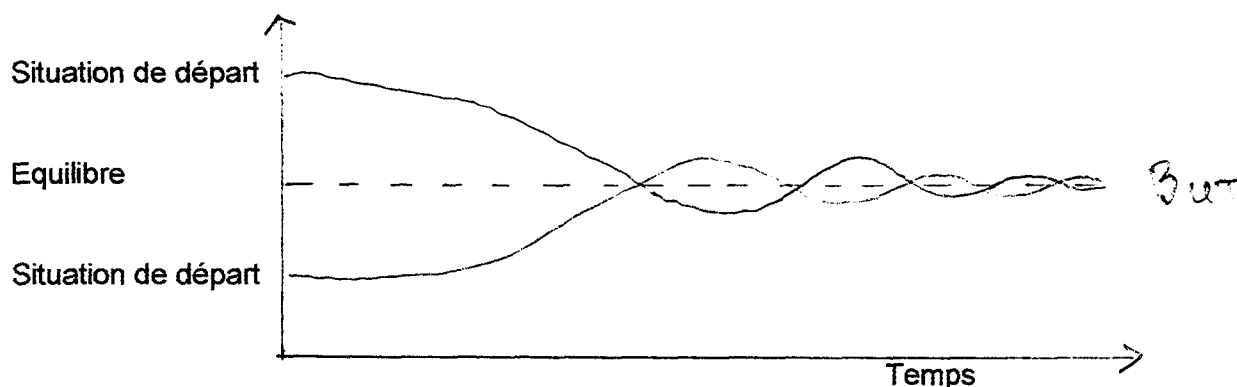
On peut se trouver en face de boucles de rétroaction positives : les nouvelles données renvoyées à l'entrée du système contribuent à faciliter et à accélérer la transformation dans le même sens que les résultats précédents. Les effets sont cumulatifs et conduisent à des divergences : expansion, ou au contraire blocage. La croissance de l'entreprise est un processus cumulatif, son déclin également (lorsque le "moins" entraîne "le moins"). Cependant, la stratégie de croissance n'est pas le seul choix de la nouvelle entreprise, et son déclin n'est pas - dans la quasi-totalité des cas - volontaire.

Avec le choix d'une stratégie de croissance refusée est illustrée la notion de boucle négative, où toute variation vers le "plus" entraîne une correction vers le "moins" (et inversement).

Ces deux types de boucles de rétroaction peuvent être représentés graphiquement :



Rétroaction positive : accroissement des divergences



Rétroaction négative : convergence vers un but

(d'après J. de Rosnay. "Le microscope" op. cit. p. 100)

Dans le cas de la stratégie de la nouvelle entreprise, le jeu de ces représentations graphiques doit être nuancé en tenant compte de deux éléments : l'amplitude et la durée. Si le déclin et l'échec d'une nouvelle entreprise peuvent être rapides, la croissance n'est pas toujours ni très forte, ni très rapide. Quant à la croissance refusée, l'amplitude ne doit pas être trop forte pour que l'objectif puisse être atteint. Il ne faut prendre le risque de quitter la rétroaction négative pour entrer dans une rétroaction positive et un processus de déclin.

La croissance de la nouvelle entreprise est intéressante pour illustrer la notion de rétroactions positives et négatives. Mais, il faut signaler les limites d'un pilotage de système basé sur une formalisation infaillible (au plan technique et humain) et disposant des moyens d'en maîtriser les comportements et les performances. "Le rêve cybernétique bute [-] sur tous les coins du réel : le temps, l'information, les comportements, la réticence obstinée du sujet à disparaître ³³ Rappelons que la politique de croissance de la nouvelle entreprise est décidée par son (ou ses) fondateur(s).

La combinaison des boucles de rétroaction positives et négatives est à l'origine du comportement du système.

§ 2 Le comportement du système

Le comportement du système sera le résultat de la coexistence de deux modes fondamentaux d'existence : le maintien, se caractérisant par la stabilité et reposant sur des boucles de rétroaction négatives ; le changement, se caractérisant par la croissance (ou le déclin) et reposant sur des boucles positives. Le comportement global du système de la création d'entreprises est le résultat des comportements des sous-systèmes, comportements, eux-mêmes déterminés par l'inter connexion d'un très grand nombre de variables.

Parmi ces sous-systèmes, certains connaissent une dynamique du maintien, alors que le système global connaît une dynamique de changement.

A. La dynamique de maintien

Dès sous-systèmes sont capables d'autorégulation, lorsque des régulations négatives, en contrôlant des boucles positives, contribuent à le stabiliser. Cette stabilité dynamique résulte

³³ Philippe LORINO "L'économiste et le Manager" Editions La Découverte 1989 p.172

de la combinaison et du réajustement de nombreux équilibres atteints et maintenus par le sous-système. Deux aspects sont à distinguer, l'état stationnaire et l'homéostasie, avant d'analyser l'invariance et le changement.

a) L'état stationnaire

L'état stationnaire ne doit pas être confondu avec l'équilibre statique. Celui-ci concerne un équilibre de forces (résultants de l'annulation en un même point de deux ou plusieurs forces égales et opposées, ne pouvant être modifié que par suite d'un changement discontinu du rapport des forces) ou un niveau de réservoir sans communication avec l'extérieur.

Un équilibre de flux résulte de l'ajustement des vitesses de deux ou plusieurs flux traversant un élément de mesure. L'équilibre peut être observé lorsque les vitesses des flux sont égales et de direction opposée (ou lorsque les flux ont un effet opposé).

"Un équilibre de flux est un équilibre dynamique. Il peut être adapté, modifié et modulé en permanence grâce à des réajustement parfois imperceptibles, en fonction des perturbations ou des circonstances"³⁴. Lorsque l'équilibre est atteint, un certain niveau se maintient constant au cours du temps : il s'agit d'un état stationnaire. Les états stationnaires sont multiples, permettant à un système ouvert de s'adapter aux modifications de son environnement.

Un parc d'entreprises peut connaître un état stationnaire, celui-ci s'établissant spontanément ou résultant de la décision d'autorités.

On a pu observer, par exemple, que le nombre de boulangeries, dans un quartier était constant ; l'arrivée d'une nouvelle unité provoquait la sortie, à plus ou moins brève échéance, d'une unité, qu'il s'agisse de la dernière venue, ou d'une unité existante.

L'état stationnaire peut aussi s'observer dans certaines activités fermées (par exemple les pharmacies, les charges de notaires....).

Historiquement, le système corporatif médiéval apparut en Europe vers le XI^e siècle, avec les premiers groupements économiques, constitués entre marchands, sous le nom de hanses ou de ghildes. Dès le XIII^e siècle, la corporation se présente comme le cadre général de la vie industrielle, et il en sera ainsi jusqu'à la veille de la Révolution. Chaque corporation était dirigée par un collège de maîtres (ou patrons), généralement élus, chargés d'appliquer et de faire respecter les règlements du métier. Ceux-ci concernaient notamment les conditions de fabrication, de travail et d'accès. Au Moyen Age, l'accès à la maîtrise restait largement ouvert ; passé compagnon, après un apprentissage de trois ou quatre ans, le jeune ouvrier pouvait espérer devenir maître en réalisant un chef d'oeuvre. A partir du XV^e siècle, la maîtrise commença à se fermer en devenant héréditaire. D'autre part, la réglementation aboutissait à décourager les innovations et engendrait une stagnation technique aux dépens des artisans les plus habiles (et des consommateurs). Cet état stationnaire, malgré une pression fiscale s'alourdissant et l'apparition des manufactures, devait perdurer jusqu'à la fin du XVIII^e siècle : l'édit de février 1776, pris par TURGOT, et supprimant les corporations, ne fut pas appliqué ; il fallut le décret d'ALLARDE (2/17 mars 1791) pour que les corporations soient effectivement supprimées.

b) L'homéostasie

"Un système homéostatique est un système ouvert maintenant sa structure et ses fonctions par l'intermédiaire d'une multiplicité d'équilibres dynamiques. Equilibres rigoureusement

³⁴ J. de ROSNAY - op-cit p116.

contrôlés par des mécanismes de régulation interdépendants. Un tel système réagit à tout changement provenant de l'environnement, ou à toute perturbation aléatoire, par une série de modifications de grandeur égale et de direction opposée à celles qui lui ont donné naissance : ces modifications ont pour finalité le maintien des équilibres internes" ³⁵ .

Un exemple historique peut illustrer cette résistance au changement. Sous COLBERT, les manufactures prirent un certain essor mais déclinèrent assez rapidement. "On éprouve, du reste, des difficultés à trouver des entrepreneurs pour ces manufactures nouvelles, et ceux qui réussissent dans une manufacture à gagner de l'argent recommencent [-] à l'employer dans des opérations financières pour le compte du roi, ou dans l'achat de charges ou de terres pour devenir nobles. La bourgeoisie de la seconde génération capitaliste s'intègre à nouveau dans le cadre aristocratique" ³⁶ .

Un autre exemple d'équilibre homéostatique peut être trouvé avec la stabilité du parc d'entreprises dans un secteur donné. A la différence de l'état stationnaire, le renouvellement ne se fait pas à l'identique ; des nouvelles entreprises proposant une offre innovante éliminent des entreprises dont l'offre devient inadaptée. L'examen de données statistiques permet d'établir ce phénomène... Ainsi, le taux de renouvellement des entreprises artisanales dans le secteur du "textile, cuir, habillement" a été très faiblement négatif et proche de zéro pour les années 1979-80-81, alors que les taux de création et de radiation étaient de l'ordre de 8 % ³⁷ .

c) Invariance et changement

Dans l'analyse du comportement d'un système, il importe de déterminer ce qui relève de la stabilité, c'est-à-dire de l'invariance et du changement. S'attachant à l'étude du système productif régional, R. BRUN ³⁸ en recherche les éléments invariants, et d'abord ceux pouvant appartenir à l'invariance absolue. Rejetant deux types d'invariants (invariants fonctionnels et spatiaux), BRUN privilégie la nature des relations existant entre les groupes et les PME : "dans un tel processus, le passé apparaît toujours, selon des proportions plus ou moins importantes, dans le présent du réseau de PME régionales : l'industrie régionale porte ainsi la marque, à une date donnée, non seulement de ses propres états antérieurs mais aussi de toute la chronique passée des interactions entre ces PME et les grandes firmes présentes dans la région. L'empreinte du passé se perpétuant à travers le temps est l'élément d'invariance absolue caractérisant le système. Quant à l'invariance relative, elle pourrait se définir comme une sphère de moindre changement, comme par exemple la présence perpétuée de Michelin en Auvergne. "Le noyau invariant, ou présupposé tel, est à la fois actif et passif : il impulse le développement au système et en bénéficie selon un processus particulièrement complexe". L'invariance relative est également illustrée par cette citation de J. FONTANET : "les variables secondaires absorbent les chocs, les transmettent à la structure invariante qui adopte son fonctionnement. Toute la notion de régulation automatique suffit à rendre compte de cette série de modifications. Tout change et rien ne change à la fois".

Les variables secondaires sont, dans l'étude de R BRUN, les entreprises sous-traitantes qui "servent presque d'amortisseurs aux chocs provenant de l'extérieur". Nous étudierons (chapitre XIV) les relations entre entreprises existantes et nouvelles entreprises, dans le cadre d'une politique de développement régional orientée vers la création d'entreprises.

³⁵ J. de ROSNAY - op-cit p117

³⁶ André PHILIPP "Histoire des faits économiques et sociaux" Aubier-Montaigne - 1963 p 29

³⁷ Aspects de la démographie des entreprises - ANCE - 1983.

³⁸ R. BRUN "Approche systémique, industrie et région" Revue d'Economie Régionale et

Urbaine n°1 - 1985 pp 119-

B- La dynamique de changement

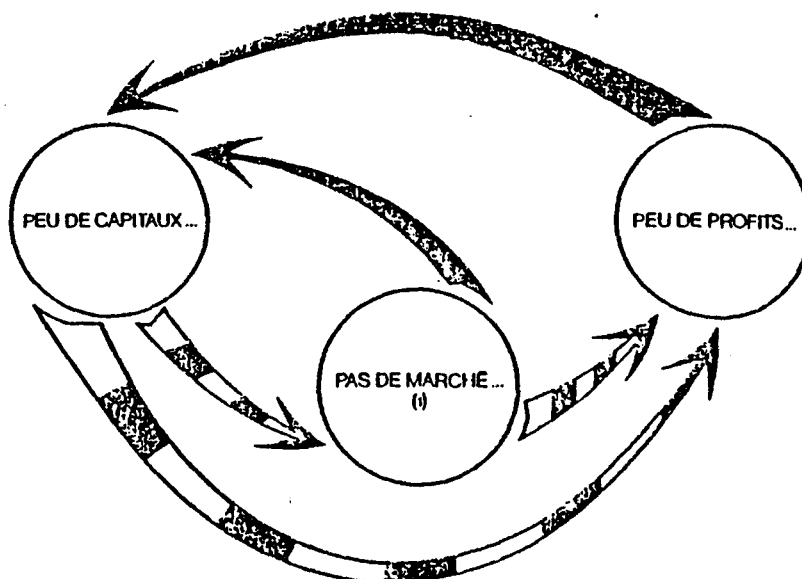
Des boucles de rétroaction positive, nous l'avons vu, peuvent être à l'origine de situations de déclin ou de croissance. Nous examinerons chacune de ces situations en recherchant des illustrations dans le cadre du développement régional. Le concept de système productif régional a été bien cerné (notamment par R. BRUN) et la région, notamment avec le concept d'économie-territoire, devient un sous-système pertinent du système global de la création d'entreprises (voir chapitre XIV).

a) le phénomène du déclin

Deux exemples de processus cumulatif aboutissant à des situations de déclin peuvent être présentés : les freins financiers à l'innovation et le rôle des équipements collectifs dans le développement régional.

1. Les freins financiers à l'innovation

Les freins financiers peuvent se synthétiser sous la forme d'un double cercle vicieux :



(i) Marché des participations dans des entreprises innovantes.

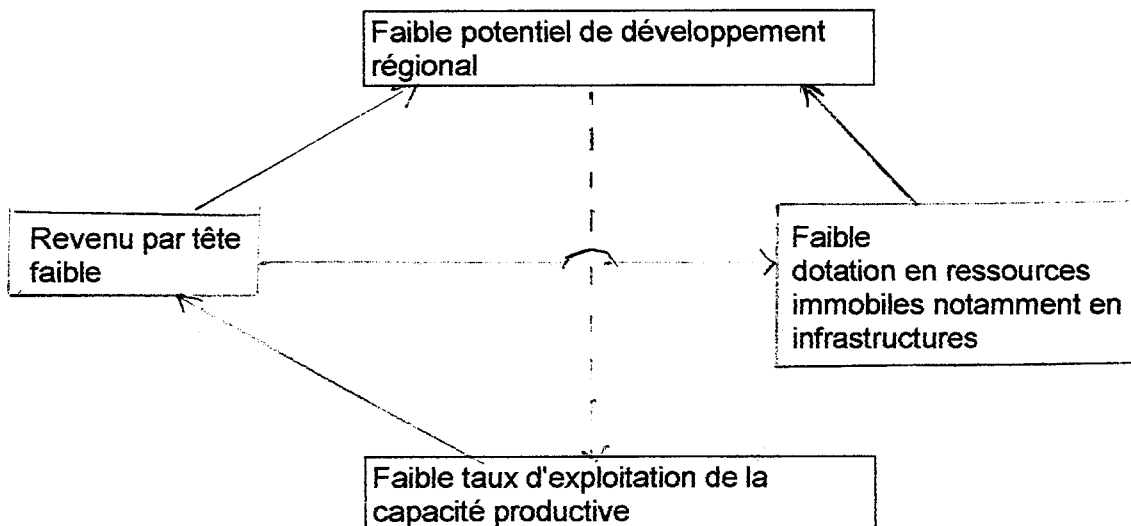
Dans le rapport présenté au Conseil Economique et Social, G. CHAVANES ³⁹ écrit : "Tout le problème du financement de l'innovation réside dans ce schéma et toutes les solutions préconisées ont pour but de briser ces cercles qui correspondent au caractère incertain de la rentabilité de l'innovation et aux investissements qu'elle suppose...." . Les solutions suggérées vont de la diminution des coûts de recherche développement, aux allègements fiscaux... mesures qui pour la plupart d'entr'elles ont été prises depuis la parution du rapport.

Par ailleurs, le rapport établit la contribution déterminante qu'apporte l'innovation au développement des régions.

³⁹ G. CHAVANES - "L'innovation et le développement régional" Rapport au Conseil Economique et Social - mai 1982

2. Le rôle des équipements collectifs dans le développement régional

J.S. COSTA ⁴⁰ propose le cercle vicieux représenté par le graphique ci-dessous :



"Les régions attardées seraient pénalisées non seulement par de moindres potentialités de développement régional, mais aussi par un taux d'exploitation de leurs ressources moindres". Pour rompre ce cercle vicieux, COSTA propose une intervention gouvernementale de redistribution des régions riches vers les régions pauvres qui "obéirait non seulement à un principe d'équité mais aussi d'efficacité, car elle permettrait d'augmenter le P.I.B.". Les investissements publics en infrastructures dans les régions pauvres aideraient incontestablement au développement de ces régions, notamment par les possibilités d'implantation d'activités économiques liées aux infrastructures de transports et de communication.

b) Le phénomène de développement

Quelle peut être l'incidence d'un système industriel local sur la création d'entreprises ? Quel peut être l'impact sur le développement urbain et les modes de vie d'une accumulation d'activités universitaires de recherches et d'industries de pointe ?

Nous avons choisi d'illustrer par l'étude de ces deux questions des manifestations de sous-systèmes de la création d'entreprises.

1. Un modèle de développement : les systèmes industriels localisés.

L'examen du tissu industriel local comme un ensemble de réseaux entre acteurs, révèle l'existence de systèmes industriels localisés plus ou moins structurés. Ces systèmes, selon B. PECQUEUR ⁴¹ fonctionnent sur un modèle de développement novateur.

⁴⁰ J.S. COSTA " *Le rôle des équipements collectifs dans le développement régional*" - Revue d'Economie Régionale et Urbaine n° 1 - 1988 - pp 143-157.

⁴¹ B. PECQUEUR " *Tissu économique local et systèmes industriels résiliants*" Revue d'Economie Régionale et Urbaine n°3 - 1987 pp 369-378

L'importance des réseaux dans le processus de la création d'entreprises a été précisée : réseau de déclenchement (la famille, le milieu professionnel du créateur) et réseau de démarrage (organismes d'appui à la création ...). Il existe entre les créateurs et les supports de ces réseaux (prenant des formes différenciés selon les localisations) une interaction à la base d'une vitalité démographique et de conditions de réussite. Le créateur élabore son projet dans "un espace vécu limité par la quantité d'information qu'il peut maîtriser. Reprenant le concept d'"horizon spatial effectif" de l'acteur économique ("ensemble de lieux effectivement pris en considération par les acteurs pour établir leurs stratégies"), PECQUEUR note que "cet horizon individuel peut s'élargir quand il se combine avec ceux d'autres acteurs donnant alors naissance à un système industriel local résiliable [-]. Le croisement des flux d'information entre entrepreneurs élargit..... vécu de chacun et peut former un système lorsque cet élargissement mène à stratégies collectives localisables".

L'accent est mis sur le sentiment d'appartenance à une communauté professionnelle locale, celle-ci pouvant se développer de différentes façons suivant "la tradition culturalo-industrielle locale", l'importance et le degré d'ancienneté d'implantation du secteur. Le réseau industriel peut produire des stratégies, en particulier "l'effet de bifurcation qui consiste pour le milieu industriel à imiter un innovateur déviant lorsque l'innovation réussit", et qui est "caractéristique d'une diffusion d'information qui modifie les comportements individuels".

D'autre part, la capacité d'organisation des PME au sein d'un système localisé a donné naissance à une forme d'industrialisation "spontanée". Cet aspect sera abordé dans le chapitre suivant.

Les caractéristiques du modèle proposé par PECQUEUR sont les suivantes :

- Si la naissance des systèmes industriels résiliaries est le résultat d'histoires complexes et différentes selon les localisations, les solidarités spatiales sont évidentes dans tous les cas.
 - La seconde caractéristique réside dans l'adaptabilité aux fluctuations du marché.
 - Les entreprises de petite taille intégrées dans un système industriel résiliable ont une capacité propre à innover.
 - Le système industriel, joue un rôle de régulation du rapport salarial.
- "Les systèmes industriels résiliaries apparaissent donc comme un niveau d'organisation de la production différent de celui de l'entrepreneur individuel (micro-économie) et de celui du système productif national structuré en branches et/ou en secteurs institutionnels (macro-économie). Le mode de développement qu'ils produisent, identifié par leurs caractéristiques, n'est pas alternatif à celui de la grande entreprise, il coexiste comme une forme "intensive" de valorisation des potentiels humains locaux par opposition à la valorisation "extensive" des entreprises de grande dimension".

Quant aux formes des systèmes, PECQUEUR observe que leur analyse reste empirique et a repéré deux approches :

- Une première typologie des systèmes est basée sur le degré d'intégration des relations inter-entreprises, avec trois catégories d'espaces : les aires de spécialisation productive dans lesquelles une production domine ; les systèmes productifs locaux où existent des relations infra-sectorielles et enfin les aires-systèmes, beaucoup plus complexes dans lesquelles l'intégration d'une filière de production s'accompagne d'une véritable division du travail entre entreprises.
- Certains systèmes gravitent autour d'une filière ; une autre forme de synergie locale rassemble des entreprises appartenant à différentes branches. "Dans ce cas, un milieu

d'affaires se crée à partir d'une impulsion initiale et les entreprises naissent par grappes concentrées sur un espace étroit. Cette concentration n'est pas de même nature que la polarisation traditionnelle puisque le mouvement n'est pas entraîné par une entreprise leader".

L'impulsion initiale peut avoir plusieurs origines : mobilisation d'épargne, ou aide à la création dans le cadre de la reconversion d'activités de grands groupes.

Les formes et les degrés de développement des systèmes varient. "La circulation d'information qui élargit l'espace vécu de chaque entrepreneur provoque un mouvement de développement sur un mode différent de celui des industries "industrialisantes".

Cet aspect sera développé dans le chapitre XIV.

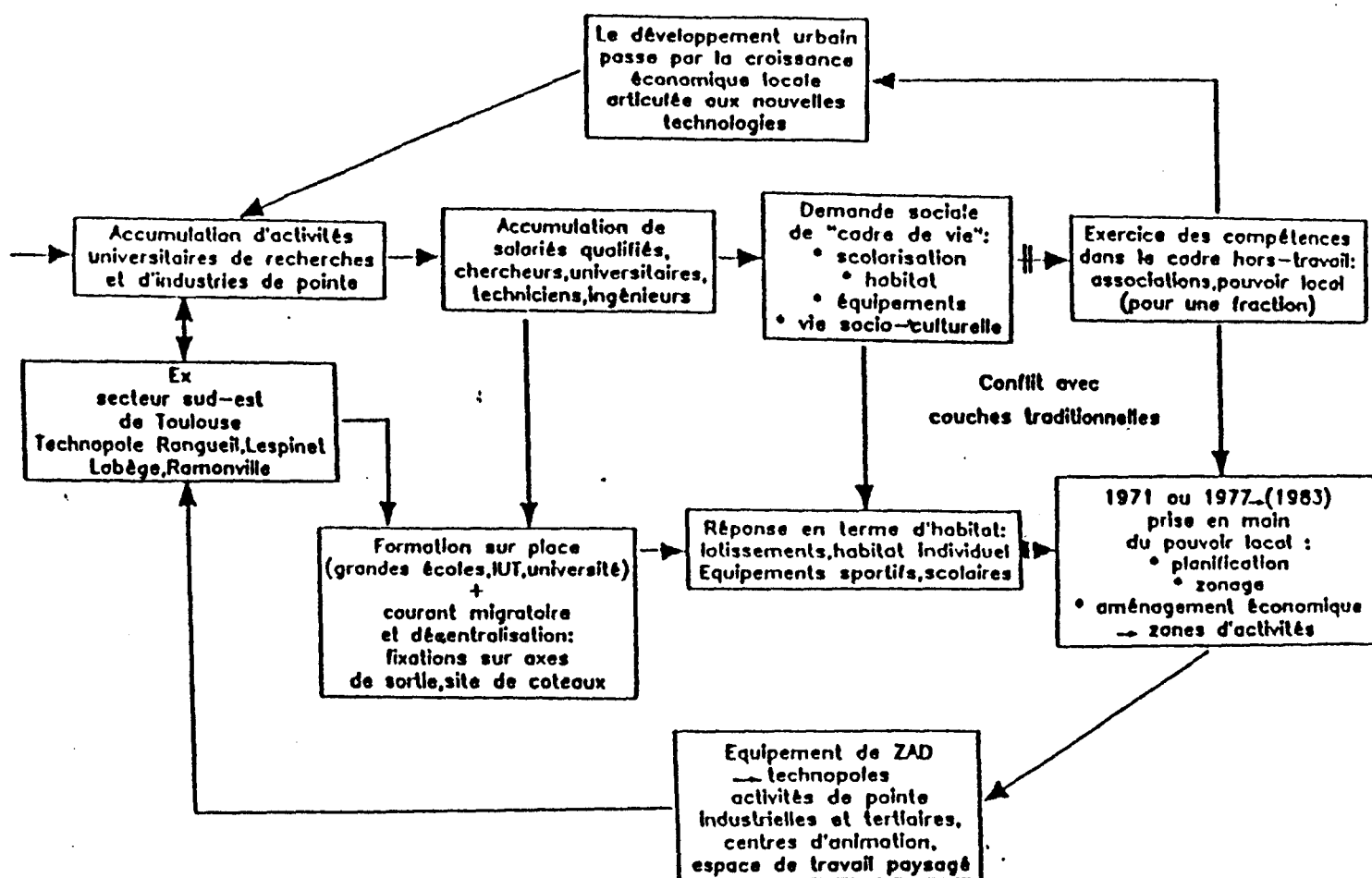
2. L'impact sur le développement urbain et les modes de vie d'une accumulation d'activités universitaires de recherche et d'industries de pointe.

Il est intéressant de situer la sphère strictement économique du développement des industries nouvelles dans un ensemble plus global et d'étudier les inter-relations entre la montée de groupes sociaux hautement qualifiés (employés dans les activités de recherche et les industries de pointe) et la gestion des espaces urbains où résident ces catégories.

Sylvie DREULLE ⁴² a étudié le secteur Sud-Est de l'agglomération toulousaine et constaté que le rapport travail/hors travail fonctionne, dans une zone d'innovation technologique, comme une relation dialectique. "A partir d'un seuil d'accumulation de résidents représentant les couches sociales des universitaires, des chercheurs, des ingénieurs, des cadres supérieurs, dans une fraction spécifique de l'espace urbain, la gestion de celui-ci est prise en mains par ces couches sociales qui non seulement aménagent leur territoire en vue de leur propre reproduction sociale, mais aussi avec pour objectif le développement économique local".

⁴² Sylvie DREULE "Technologies nouvelles, industries de pointe et milieu local : impact sur le développement urbain et les modes de vie". Colloque "Technologies nouvelles et Développement Régional" septembre 1986 GREMI - pp 173-180.

Figure 1 : Processus cumulatif et développement local



La concentration d'établissements d'enseignement supérieur, d'industries de pointe, de laboratoires dans le secteur Sud Est de l'agglomération toulousaine aboutit à regrouper dans cette zone 5 000 universitaires, chercheurs, ingénieurs, techniciens qualifiés (dont 3 500 résidents). On a pu constater, depuis le début des années 80, des opérations d'essaimage et la création de pépinières d'entreprises dans cette zone.

Les observations de terrain montrent comment les nouvelles couches sociales investissent progressivement l'espace local, créant leur propre territorialisation. Utilisant le concept de capital social défini par P. BOURDIEU ⁴³, ces nouvelles couches sociales valorisent leur capital savoir par la constitution d'un patrimoine foncier et immobilier doublé d'un capital cadre de vie.

Le rôle des politiques locales, auxquelles les nouvelles couches sociales participent dans la définition et la mise en oeuvre - même si ce rôle doit être relativisé face aux stratégies de groupes et aux politiques industrielles - est déterminant :

"la montée de la qualification des emplois s'accompagne d'une valorisation sociale et culturelle de l'espace urbain local, qui à son tour devient un facteur favorable à la croissance économique".

* * *

Un système complexe doit s'adapter aux modifications de son environnement et évoluer. Cette évolution peut se traduire en modifications du nombre d'entreprises nouvelles, et de leur répartition dans la typologie présentée. Cette évolution peut également générer une plus grande diversité, c'est-à-dire une plus grande variété des éléments du modèle et des interactions entre ces différents éléments, ainsi que des résultats significatifs dans les finalités du système.

Enfin, l'évolution du système entraîne une émergence de niveaux de complexité croissante. D'autre part, "l'approche systémique n'a d'intérêt que si elle débouche sur l'opérationnel". (J. de ROSNAY). Nous étudierons donc l'action en faveur de la création d'entreprises, justifiant à la fois l'approche systémique et la complexité croissante du système.

⁴³ Chapitre précédent section IV

Sous partie II

L'ACTION EN FAVEUR DE LA CREATION D'ENTREPRISES

il faut éviter un double écueil : d'une part, celui de prendre le parti, a priori, qu'il est nécessaire d'agir en faveur de la création ; d'autre part, celui de dresser un catalogue très actuel des modalités d'actions à entreprendre.

Or, on peut constater, dans certains pays et certaines régions, et selon les périodes, une spontanéité du phénomène de la création d'entreprises. Nous nous interrogerons donc d'abord sur l'opportunité d'une action en faveur de la création d'entreprises et sur ses conditions de mise en oeuvre (Chapitre XII).

Ensuite, nous montrerons comment un environnement entrepreneurial peut générer des créations d'entreprises. Travailler à la constitution d'un tel environnement peut être suffisant pour atteindre les résultats escomptés (Chapitre XIII).

Enfin, compte tenu de certaines situations, il faut faire davantage qu'agir indirectement au niveau de l'environnement. Nous présenterons donc les caractéristiques des programmes d'actions entrepreneuriales, nous attachant davantage à la démarche qu'aux propositions de mesures immédiates à prendre (Chapitre XIV).

CHAPITRE XII : LES JUSTIFICATIONS ET LES CONDITIONS DE L'ACTION EN FAVEUR DE LA CREATION D'ENTREPRISES

Avant d'entreprendre toute action, un préalable s'impose : il faut s'interroger sur la nécessité de mener cette action et sur les conditions à réunir pour que l'action soit vraiment efficace.

L'action en faveur de la création d'entreprises n'échappe pas à ce préalable : les deux aspects ci-dessus seront examinés.

Section I - Faut-il agir en faveur de la création d'entreprises ?

Cette question peut paraître incongrue dans la France d'aujourd'hui, tant l'action pour favoriser la création d'entreprises développée par diverses instances fait l'objet d'un consensus dans l'opinion.

Cependant cette unanimité apparente ne doit pas cacher un certain nombre d'observations :

- le mouvement d'opinion favorable à l'action pour développer la création d'entreprises est relativement récent en France
- le thème de la création d'entreprises n'apparaît pratiquement pas dans la pensée économique
- il peut être constaté une spontanéité du phénomène de la création d'entreprises, ce qui relativise la nécessité d'une action en sa faveur
- un certain nombre de réticences apparaissent chez certains acteurs économiques, dénonçant les effets pervers de certaines actions visant à développer le nombre d'entreprises.

Ces observations amènent à nuancer la nécessité d'une action en faveur de la création d'entreprises et à préciser les justifications de l'action.

§ 1 - La relative récence d'un mouvement d'opinion favorable à l'action

Si, aux Etats -Unis, la nécessité d'une action est apparue dans les années 1950, notamment avec la création de la Small Business Administration en 1953, il faudra attendre les années 1970 pour que se développe, en France, un mouvement qui peut être repéré à travers l'édition, la presse, les préoccupations des Pouvoirs Publics ainsi que dans l'apparition d'organisations affichant leur volonté d'agir pour développer la création d'entreprises.

A - Un fort mouvement éditorial

A partir de 1970, des ouvrages paraissent, avec comme une antienne, des propositions d'actions à entreprendre pour faciliter la création d'entreprises.

Yvon GATTAZ ¹, énonçant des lois relatives aux chances statistiques qu'avait un élève-ingénieur de fonder sa propre entreprises industrielle -"en fin de compte, il ne restera que 0,3 % des élèves de la promotion à devenir réellement PDG créateur..." -, propose, pour remédier à cet état de fait, la création d'un Comité d'Aide aux Entreprises Industrielles Naissantes, "sorte de crèche industrielle", ce Comité ayant des buts précis d'information, de formation et de soutien.

¹ Y. GATTAZ "les hommes en gris" Edition R. Laffont 1970.

BANON et HUGUENIN ² proposaient en 1972 des "actions à entreprendre" dans trois directions : "en vue de faciliter concrètement et matériellement l'acte de création d'entreprise ; en vue de réformer les réglementations qui concernent la vie de l'entreprise, la croissance et son développement ; en vue de modifier les attitudes de l'environnement social face aux audaces qui sont génératrices d'entreprises, donc de progrès économique, social et politique".

Jean MATOUK ³ recommande, en 1977, la création d'une Agence de Création d'Entreprises Industrielles, "organisme à compétence technico-financière regroupant des techniciens aptes à juger de la valeur technique d'une innovation, des spécialistes des études de marché capables d'étudier ses possibilités de développement commercial, des gestionnaires à même de surveiller la gestion des entreprises "nouvelles nées" enfin des financiers".

D'autres ouvrages pourraient être cités, notamment les travaux de Marc Benoun et Patrick SENICOURT ⁴ décrivant "un système français d'aide à la création d'entreprises", ou encore à un niveau local, les propositions de Jean LECERF.⁵

B - Une préoccupation des Pouvoirs Publics

Le 15 février 1972, le Ministre du Développement Industriel et Scientifique, confiait à M. MIALIARET la présidence du groupe de travail devant s'intéresser à la création et à la croissance des entreprises. Le rapport de cette Commission, intitulé "Pour Entreprendre", paraissait en 1973, et tentait "de montrer aux Pouvoirs Publics, aux entreprises, aux financiers les efforts que chacun d'eux doit accomplir pour :

- rétablir l'esprit d'entreprendre ;
- détruire l'environnement hostile ;
- compléter la formation de l'entrepreneur ;
- aider financièrement (ou épargner fiscalement).

lors de leurs premiers pas, ceux qui le méritent par l'originalité de leur activité ou la rapidité de leur croissance"⁶.

L'intérêt des Pouvoirs Publics pour la création d'entreprises se manifestait également dans le "Programme de Blois" (Janvier 1978) avec des mesures portant sur la création de l'Agence Nationale pour la Création d'Entreprises, une plus grande facilité d'accès aux emprunts bancaires, une exonération des bénéficiaires incorporés au capital pendant les trois premiers exercices et l'allègement des formalités juridiques, fiscales et administratives de la création.

Une déclaration de Raymond BARRE, alors Premier Ministre, devait avoir un effet controversé dans l'opinion : "Les chômeurs pourraient essayer de créer leur entreprise au lieu de se borner à toucher les allocations du chômage !" ⁷.

Avec le gouvernement de Pierre MAUROY, la création d'emplois devient prioritaire, et la création d'entreprises est considérée comme un moyen d'atteindre cette priorité. Jocelyne

² . BANON HUGENIN "Entreprendre pour quoi faire ?" 1972 p. 125

³ J. MATOUK "La gauche peut sauver l'entreprise" Editions Ramsay 1977 p. 146

⁴ M. BENOUN et P. SENICOURT Futunibles n° 49 et n° 51 - Novembre 1981 Janvier 1982

⁵ J. LECERF "Créer l'emploi : la micro-économie" le Hameau éditeur 1982

⁶ Rapport de la commission Mialaret 1973 pp. 26-27

⁷ Discours de clôture de la IV^e semaine du travail manuel 2 mars 1980

GAUDIN rédige un rapport au Ministre de l'Emploi, "Initiatives locales et création d'emplois" ⁸. Ce même Ministère organise un colloque consacré à la définition d'une "Stratégie locale pour l'emploi" ⁹. Puis le gouvernement de Laurent FABIUS, voulant développer "l'initiative économique", adopte un certain nombre de mesures en faveur de la création, de la reprise et de la transmission d'entreprises. Parmi ces mesures peuvent être cités : l'allègement des procédures d'enregistrement, le statut de l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée, le livret d'épargne-entreprise, l'aide de l'Etat aux demandeurs d'emploi créateurs d'activités, le congé pour création d'entreprise.

Cet intérêt pour la création d'entreprises a également été affiché par le Gouvernement CHIRAC d'après mars 86, le Ministre de l'Industrie déclarant vouloir être le "Ministre de la Création d'Entreprises" ¹⁰ et agissant dans le domaine de la communication avec une opération appelée "Chances pour entreprendre".

En conclusion, il apparaît que l'action en faveur de la création d'entreprises est, depuis 1972 en France, un sujet intéressant les Pouvoirs Publics -avec des concrétisations plus ou moins efficaces selon les Gouvernements- et qui a participé à accréditer la nécessité d'une action.

C - Un phénomène médiatique

il serait vain de vouloir recenser les articles consacrés au thème de la création d'entreprises et insistant sur deux points : il y a en France, une "crise de la natalité des entreprises" et il est nécessaire d'agir en faveur de la création. Il est intéressant, cependant, de citer un des premiers articles consacrés à ce sujet, parce qu'il marque une date à partir de laquelle a pu se construire ce mouvement d'opinion : "Entreprises françaises : en pleine crise de natalité" publié par Entreprise du 24 Novembre 1972.

D - L'apparition d'organisations

C'est également dans les années 1970 qu'apparaissent des organisations, sous forme associative, dont le but est de promouvoir la création d'entreprises.

Chronologiquement, c'est l'Association pour Favoriser la Création d'Entreprises (AFACE) qui est la première de ces organisations. C'est à l'issue d'une table ronde organisée le 16 novembre 1972 par l'Université Européenne des Affaires qu'ont été établies les bases de l'AFACE.

L'Agence Nationale pour la Création d'Entreprises fut créée en Mars 1979 et financée sur fonds publics. Sous l'impulsion de Jean-Michel COULIER, son Délégué Général de 1982 à 1988, elle développe une politique d'implantation sur le territoire national pour le partenariat avec les institutions qui régionalement ou localement agissent dans le domaine de la création d'entreprises.

1979 est encore l'année de la création de deux autres associations s'étant développées depuis au plan national : France Initiative qui s'est imposée par la conviction de son premier Président, Jean-Philippe MALLET, et qui a créé le concept de "Plate-Forme d'Initiative

⁸ J. GAUDIN "Initiatives locales et création d'emplois". La documentation Française 1982

⁹ 2-3-4 février 1983 Editions du Centre d'Etudes de l'Emploi

¹⁰ Emission "l'Heure de vérité" Antenne 2 12 novembre 1986

Locale" ; le mouvement des Boutiques de Gestion qui s'est développé en France et qui a été présenté par Henri LE MAROIS¹¹.

D'autres associations, à caractère local ou à vocation très spécifique sont également apparues pour agir en faveur de la création d'entreprises, et ceci dans les années 1980.

* * * *

Depuis le début des années 1970 et s'amplifiant dans les années 1980, des initiatives, des informations, des prises de position, des mesures légales ... ont donc contribué à accréditer dans l'opinion qu'il est nécessaire d'agir en faveur de la création d'entreprises, au point que beaucoup ne s'interrogent pas et considèrent cette nécessité comme une évidence.

Nous voulions souligner le caractère relativement récent de ce thème, quasiment absent des travaux des économistes.

§ 2 - Une quasi absence du thème de l'action en faveur de la création d'entreprises dans la pensée économique

Dans l'histoire de la pensée économique, le thème de la création d'entreprises n'apparaît pratiquement pas, et, à fortiori celui de l'action en faveur de la création d'entreprises.

Il a déjà été noté que l'apparition de l'entreprise et de l'entrepreneur -réalités fort anciennes- était relativement récente dans la littérature économique, notamment avec Cantillon.

L'entreprise paraît absente chez Adam SMITH, ce qui peut surprendre chez l'un des fondateurs de libéralisme économique. Dans le contexte actuel de l'époque, le problème posé est celui des rapports entre l'individu et la société.

Dans le "Traité d'Economie Politique" ¹² sont décrites les divers types d'entreprises (entreprises individuelles, entreprises sociétaires, formes agricoles de production) dans le chapitre consacré aux formes de production. Un chapitre est consacré à la concentration, un autre à l'organisation professionnelle. On peut y lire que l'idée de corporation, en France, a connu un certain succès dans les années qui ont suivi 1930.

Pour certains partisans de l'organisation corporative, l'organisation professionnelle s'accompagne d'une certaine coercition. Ainsi, il pourrait être prévu un "assujettissement de toute entreprise nouvelle à l'octroi préalable d'une licence d'établissement"¹³.

Nous sommes loin de la nécessité de la création d'entreprises et d'une action en sa faveur.

¹¹ Voir le chapitre consacré aux Boutiques de Gestion. pp. 210-265, in "Contribution à la mise en place de dispositifs de soutien aux entrepreneurs" Thèse d'H. LE MAROIS - Lille Octobre 1985

¹² Publié sous la direction de Louis BAUDIN Librairie Dalloz 1ère édition en 1951

¹³ op. cit. p. 988

§ 3 - La spontanéité du phénomène de la création d'entreprises

Si les concepts d'entreprise et d'entrepreneur sont relativement récents dans la littérature économique, les entreprises et les entrepreneurs sont des réalités fort anciennes et, historiquement, des entreprises se sont créées sans qu'il y ait eu nécessité d'agir en faveur de la création d'entreprises.

D'autre part, on peut constater que dans certains pays, dans certaines régions, des entreprises apparaissent sans qu'il y ait ni volonté, ni actions particulières en faveur de la création d'entreprises. A cet égard, l'Italie constitue un excellent exemple d'économie connaissant un nombre important de créations spontanées.

A - La dimension historique du phénomène de la création d'entreprises

Il ne s'agit pas de faire ici l'historique du phénomène de la création mais de faire apparaître la constance du phénomène dans une société à trois univers.

- La constance du phénomène

Des entreprises sont apparues lorsque des opportunités ont pu être exploitées par des candidats entrepreneurs. Ceux-ci constituant l'offre d'entrepreneuriabilité, ont appartenu à des catégories sociales plus ou moins spécifiques selon les époques. Sous l'Antiquité, les Métèques, exclus des activités politiques réservées aux citoyens, se voyaient voués aux activités économiques (échanges et banques en particulier). Dans la France de l'Ancien régime, les gentilshommes ne pouvaient avoir d'activités industrielle sans déroger que dans deux domaines : la verrerie et la papeterie ; les créations d'entreprises étaient donc le fait du Tiers-Etat.

Du côté de la demande d'entrepreneuriabilité, la nature des opportunités et le rythme d'apparition ont été différents selon les époques. Ainsi lorsque l'on passe de l'économie domaniale fermée à l'économie artisanale urbaine (XI - XIIème siècle), il y a création d'activités.

"Florissant à partir des guerres napoléoniennes, l'esprit de création industrielle devra régresser vers la fin du XIXème siècle devant la rigidification des structures industrielles, et les phénomènes de concentration. La première guerre mondiale l'ébranlera fortement, sauf aux Etats-Unis, et la crise de 1929 et ses séquelles lui porteront un coup très grave. A partir de 1930, l'esprit de création industrielle se dessèche, en particulier en France. Un vieillissement du tissu industriel se produit alors allant même jusqu'à un désinvestissement dans les années 1930-39.

Après 1945, en France, les nécessités de la reconstruction et la redistribution des pouvoirs économiques amèneront une modification dans les mentalités, qui elle-même revivifiera l'esprit de création industrielle.

De ce fait, l'ensemble des créations de sociétés (industrielles et commerciales) progressera jusqu'à un maximum de 12 400 en 1965. A partir de 1965, le mouvement se renverse..."¹⁴.

¹⁴ " La création d'entreprises industrielles en France " Bulletin de la CNME n° 66- 1er trimestre 1975- p. 42

- *Une société à trois univers*

Cette constance du phénomène de la création d'entreprises s'inscrit dans une société à trois univers, vision proposée par Fernand BRAUDEL et reprise par Alain MINC : "Pour BRAUDEL, la société est faite de trois univers qui se chevauchent sur leurs frontières : les "structures du quotidien" où joue une économie primitive d'échanges hors marché, l'économie de marché qui constitue la toile de fond de la vie sociale, l'économie monde, sorte de détachement avancé où s'affrontent, liées par une même soif de domination, les grandes organisations industrielles, commerciales ou financières. Au rythme des mouvements de longue période, les frontières se déplacent entre ces trois mondes ; si celui-ci se dilate, celui-là inévitablement se rétracte".

Alain MINC constate : "Que connaissons-nous d'autre aujourd'hui que la dilatation de l'économie hors marché au moment où l'économie de marché s'essouffle ?" ¹⁵

L'économie hors-marché, ou informelle, ou souterraine, ou submergée, phénomène mondial semblant effectivement se développer, recouvre trois grandes catégories d'activités :

- * l'économie domestique -ensemble des activités économiques développées hors marché au sein des ménages-
- * l'économie associative, développée au sein du cadre institutionnel des associations, et l'économie communautaire, regroupant la production de biens ou de services et les circuits d'échanges non monétaires de groupes d'individus
- * le travail au noir et l'économie illégale ; l'économie illégale concerne des circuits de biens et services prohibés, impliquant l'illégalité d'activités de production et de circulation, mais pouvant à certains moments apparaître dans l'économie officielle. ¹⁶

La prise en compte de l'économie informelle dans un processus spontané de création d'entreprises nous semble nécessaire pour plusieurs raisons :

- un constat d'abord : le foisonnement d'activités industrielles qualifiées d'informelles apparaît, selon Pierre JUDET ¹⁷ "chaque fois que se met en place un milieu favorable, fait à la fois d'un sens de l'outil et de l'acte unique (tradition artisanale), mais aussi d'une habitude de l'échange et d'une sensibilité au marché ..."
- des conditions ensuite, qui peuvent favoriser la création d'entreprises : "Au départ, celui qui veut lancer une entreprise doit évaluer le marché potentiel, étudier les techniques nouvelles et cette première étape se réalise souvent en marge de structures légales" ¹⁸ Comme le note Alain MINC, certaines initiatives ne se prennent que parce qu'elles ne sont pas en pleine "visibilité sociale"
- un argument enfin : la création d'activités informelles montre bien la spontanéité du phénomène de la création d'entreprises sans qu'il y ait action en sa faveur.

"Il ne s'agit pas de prôner l'économie souterraine, puisque c'est souhaiter étendre le Tiers Monde jusqu'au cœur de l'Europe et, en quelque sorte revenir au 19ème siècle..."¹⁹, mais

¹⁵ A. MINC "L'après crise est commencé" Gallimard 1982

¹⁶ J. GAUDIN M. SCHIRAY in "L'économie souterraine, phénomène mondial" Problèmes politiques et sociaux 4 mai 1984 pp. 4-5

¹⁷ P. JUDET "Comment naît un tissu industriel ?" Problèmes Economiques 16 mai 1984 pp. 18-22

¹⁸ P. JUDET op.cit.

¹⁹ P. JUDET op.cit.

d'analyser comment certains de ses aspects peuvent intervenir dans une création spontanée d'entreprises. Le cas de l'Italie, qui a connu une redistribution territoriale de ses activités, sera étudié.

B - L'exemple de l'Italie

Depuis 1967, le CENSIS (Centre d'Etudes pour les Investissements Sociaux) publie annuellement un rapport sur l'Etat de l'Italie, et a pu, en 1984, proposer une analyse de l'évolution de la situation italienne ²⁰.

- de 1967 à 1971 :

"Il s'agit d'une prise de conscience de l'importance des mécanismes et des processus sociaux spontanés et d'une croissance de l'autonomie de la société par rapport aux programmes établis par le pouvoir politique".

- de 1972 à 1977, l'Italie découvre l'économie immergée.

"Inquiets de la concurrence internationale au moment de la crise de 1973, les nouveaux patrons ont eu la même réaction que ceux du secteur manufacturier en 1948-52 : déconcentrer la production afin de favoriser le travail clandestin..." "Face à vingt millions de travailleurs déclarés, on évalue les travailleurs clandestins à douze millions, ce qui représente un taux d'activité élevé. Ils se répartissent en 8 millions de mineurs, femmes et chômeurs, et 4 millions qui pratiquent un deuxième métier après leur travail dans une administration ou une grande entreprise" ²¹.

C'est au cours de cette période que l'Italie a développé sa capacité de "voguer" sur les crises, selon l'expansion de Ph. PONS.

- A partir de 1977, le CENSIS note que "les processus qui ont pris naissance dans les périodes précédentes n'ont pas été l'expression d'un état pathologique répressif, mais d'un système doté d'une rationalité interne". L'Italie est passée progressivement de la situation de "société fermée" au lendemain de la guerre à une situation de "société multidimensionnelle, où les énergies et les volontés de croissance se libérant, sont apparus de nouveaux besoins".

Le CENSIS écrit encore que la société multidimensionnelle est un phénomène cumulatif et apparaît comme le résultat de la vitalité des années passées...". Aujourd'hui, le coeur de l'économie nationale est constitué par "un Million d'entrepreneurs anonymes qui ne véhiculent pas une culture d'élite, ne font pas de conférence, n'écrivent pas dans les journaux, mais qui savent progresser, s'adapter, se situer au niveau juste du marché. C'est là que se trouve la culture industrielle nouvelle, une culture industrielle de masse, si l'on peut dire".

Les processus endogènes de développement qui sont apparus peuvent être expliqués par trois catégories de facteurs :

- Les facteurs socio-culturels

²⁰ . Le Monde 3-4 juin 1984 p. 18 Article de Ph. Pons

²¹ "L'industrialisation spontanée face à la crise de 1973 en Europe occidentale " jean Pierre HOUSSEL - La Revue géographique de Lyon- vol 59- 4/ 1984

Plusieurs éléments peuvent être cités dans cette catégorie de facteurs :

- * une structure sociale qui favorise la mobilité ; le rôle de la famille "étendue" est important, notamment en favorisant l'accumulation du capital pour le financement de la création, et en fonctionnant comme amortisseur si une période de crise survient.
- * la constitution d'une "culture industrielle de masse" déjà évoquée.
- * un esprit d'entreprise séculaire qui se manifeste dans plusieurs régions, héritage d'un esprit d'autonomie et d'une habitude de calcul économique, liés à une longue tradition artisanale et à l'activité agricole au sein de petites unités (petite propriété paysanne et métayage). Par exemple, les habitants de Val Vibrata ont une "mentalité où se mêlent deux qualités de l'entrepreneur : le goût du risque et la propension à l'épargne". Ph PONS²² insiste également sur l'exemplarité de la création d'entreprises : "Les plus entreprenants ont compris que l'âge du petit tailleur ou de l'artisan fournissant le voisinage était révolu, et ils se sont lancés, créant de petits ateliers. Le phénomène a fait tâche d'huile. Non seulement d'autres les ont imités mais encore les émigrés ont commencé à rentrer, ayant souvent acquis à l'étranger une qualification, et se sont mis à leur compte, s'insérant dans le système de la sous-traitance".

- Les facteurs économiques

La formation et le développement de systèmes productifs locaux se sont situés dans des économies d'agglomération, notamment les villes monoproduits, caractérisées, par une intégration productive croissante entre les différentes catégories d'entreprises locales.

- Les facteurs géographiques

On observe la présence de réseaux urbains très serrés autour de petites et moyennes villes (l'Italie des communes). C'est tout cet ensemble qui permet de "valoriser le capital fixe social" historiquement accumulé (infrastructures, systèmes de communications, patrimoine immobilier) dans des petits centres qui conservent encore leurs fonctions urbaines²³.

Tous ces éléments facilitent la naissance et le développement de petites entreprises et conduit à une spécialisation productive de celles-ci. L'ensemble du système se révèle efficace et crée un "modèle italien enfin reconnu" ... "représente sans doute l'approximation la plus réussie de la société d'après crise" selon Alain MINC²⁴ qui ajoute cependant : "Ne fantasmons pas sur l'Italie comme d'autres, en leur temps, sur le modèle allemand ou japonais. Le revers de la souplesse a pour nom la combine ; la médiocrité administrative a pour pendant le concussion la société civile prend, au Sud, les traits de la mafia ; la faiblesse gouvernementale se mesure dans un déficit public abyssal...".

L'exemple italien n'est pas isolé. D'autres zones géographiques connaissent également ce phénomène de la création spontanée d'entreprises, sans qu'il y ait action d'un quelconque opérateur. Pierre JUDET²⁵ évoque le "foisonnement industriel asiatique", avec Taïwan et la Corée.

"En Europe du Nord, l'industrie spontanée prend rarement une dimension régionale. En France, l'exception est fournie par le Chotelais, à cause d'un contexte socio-politique

²² " Les artisans entrepreneurs de Val Vibrata " Ph. PONS Le Monde- 16-17 décembre 1984 p. 17t.

²³ idem

²⁴ Le Nouvel Observateur - 25 juillet 1985

²⁵ P. JUDET op. cit.

particulier. Les propriétaires fonciers et le clergé ont maintenu, jusqu'aux années cinquante, une sorte de société qui se réfère à la guerre des Chouans et s'organise dans le cadre de la paroisse (...). Au moment de la reprise économique, les initiatives sont orientées vers l'industrie à cause de la présence d'affaires familiales, de chaussures et de confection, menées souvent de façon traditionnelle, mais qui vont être le lieu de formation d'un nouveau patronat : pour le seul département de la Vendée, en particulier dans le Haut-Bocage, le nombre d'établissements de plus de 10 salariés passe de 283 en 1958 à 752 en 1972 et le nombre de salariés passe de 30 000 à 55 000 entre 1964 et 1975". J.P. HOUSSEL ²⁶ qui établit ce constat pour la période de forte croissance, observe également qu'avec la crise, la "nébuleuse choletaise" a bien tiré son épingle du jeu. Ainsi, le nombre d'emplois a continué à augmenter (61 700 en 1981 pour le département de la Vendée). La confection a embauché une centaine de personnes entre 1974 et 1982. La chaussure, après des difficultés, s'est rétablie ; les industries diverses continuent leur progression. J.P. HOUSSEL attribue ces résultats à la présence d'une majorité de chefs d'entreprise jeunes, ne s'embarassant pas d'habitudes acquises et cherchant l'innovation. "Face à la mutation technologique de l'automatisation, l'espace industriel se comporte comme l'espace agricole, à la fin de la société paysanne : il a ses zones progressives, ses zones d'imitation lente et ses zones traditionnelles en déclin".

§ 4 - Les réticences à l'égard de l'action en faveur de la création d'entreprises

Trois grandes catégories de réserves se manifestent à l'égard de l'action en faveur de la création d'entreprises. D'abord, des réserves relatives à une action qui pourrait avoir des effets défavorables ; il ne s'agit pas d'une remise en cause de l'action mais beaucoup plus d'un risque encouru dans un mauvais choix de modalités.

Ensuite, une nouvelle entreprise étant une offre nouvelle, les offreurs existants peuvent être défavorables à une action provoquant l'apparition de concurrents, parfois considérés comme déloyaux.

Enfin, l'action en faveur de la création peut être considérée comme vaine, dans la mesure où dans une situation d'équilibre, le stock d'offeurs satisfait la demande et tout flux d'entrée de nouveaux offreurs provoque un flux de sortie équivalent.

A - Les "cinq dangers de l'aide aux créateurs"

Dix ans après "Les hommes en gris", Yvon GATTAZ publie la "Fin des patrons" ²⁷ et enregistre la sollicitude des Pouvoirs Publics aux créateurs d'entreprises "consciente, raisonnée, organisée et tutélaire", sollicitude qu'il a appelée de ses vœux, mais qui présente cinq pièges dans lesquels elle risque de tomber :

- "Trop aplanir les obstacles"

"La création d'entreprises doit rester une course de haies".

Il ne faut pas arriver à une "entreprise idéale, aseptisée, modelisée, figolée, parrainée, financée et sanitized qui ressemblerait à l'entreprise vraie comme le hameau de Marie-Antoinette à une véritable ferme du XVIIIème siècle".

²⁶ J.P. HOUSSEL "L'industrialisation spontanée en Europe Occidentale avant et depuis la vie économique" Problèmes Economique 3 avril 1985 pp. 24 -31

²⁷ Y. GATTAZ "La fin des patrons" R. Laffont 1980 pp. 165-167

- Pousser tous les candidats sans discrimination

"Si l'engagement et le prosélytisme devenaient trop forts et indifférenciés on verrait se multiplier les naufrages des moins doués".

- "Prétendre juger les produits"

Y. GATTAZ constate la prolifération des jurys attribuant un prix à des créateurs d'entreprise et met en garde contre la tentation que peut avoir le jury d'apprécier le produit : "s'il paraît bon à un groupe de sages, de gens raisonnables ou de fonctionnaires, c'est qu'il est déjà dans l'air du temps, donc déjà dépassé". C'est sûrement un mauvais créneau. Au contraire, s'il paraît incongru, non conformiste, peu raisonnable ou farfelu, il a quelques chances de réussir".

- "Technocratiser les créateurs"

"Les Pouvoirs Publics ne peuvent exercer leur sollicitude même bienveillante que par des Lois, des arrêts, des décrets, des papiers, des dossiers, des examens, des primes, des remboursements et autres formalités vite abruptes dans leur amoncellement. Or, le créateur doit rester un indépendant qui supporte mal les contraintes trop lourdes et qui a besoin pour réussir de toute sa liberté d'esprit. La liberté canalisée n'est déjà plus la liberté".

- "Rationaliser la création"

Le dernier danger perçu par Y. GATTAZ est que la création d'entreprises "phénomène aussi spontané que la naissance d'un petit animal, devienne conceptualisée, intellectualisée. On verrait alors de nouvelles races de penseurs tenter leur chance dans l'économie marchande avec le succès que l'on devine".

Et Y. GATTAZ de rappeler que les qualités qui, selon lui, sont les plus indispensables pour créer une entreprise : "2 % de finances, 8 % de connaissances, 45 % de courage, 45 % d'inconscience" ²⁸.

En conclusion, après l'avoir instamment sollicité, Yvon GATTAZ ne conteste pas le bien fondé de l'intérêt des Pouvoirs Publics pour la création d'entreprises, mais met en garde contre certaines déviations que pourrait prendre une action en faveur de la création. Ces "dangers de l'aide aux créateurs" seront pris en compte dans la présentation des conditions d'une action efficace ²⁹. Les réserves relatives à l'apparition d'une concurrence des nouvelles entreprises visent, elles, à ne pas agir en faveur de la création.

B - L'action en faveur de la création suscite l'apparition de concurrents parfois déloyaux

Pour certains chefs d'entreprise, il est tout-à-fait illégitime d'agir pour faire apparaître de nouveaux concurrents, quels que soient les marchés concernés : marché des produits ou services en aval, ou marché des ressources humaines en amont. Il y a, dans certains propos privés, une véhémence à voir des fonds publics -provenant notamment des entreprises existantes bénéficiaires- utilisés pour favoriser l'apparition de concurrents.

Une autre critique provenant de chefs d'entreprises peut s'énoncer de la manière suivante : "Je n'ai bénéficié d'aucune aide, d'aucune prime... Il est tout-à-fait anormal que maintenant un créateur d'entreprise en bénéficie... Il y a une injustice de la part des Pouvoirs Publics...".

²⁸ Qualités précédemment citées chapitre VI

²⁹ Section suivante

Enfin, et ceci est beaucoup moins avoué, des chefs d'entreprises voient d'un très mauvais oeil le fait que l'on puisse agir pour "démocratiser" la création d'entreprises. Cette opinion est issue d'une vision élitiste du chef d'entreprise, et est également à relier au "mythe du créateur".

En ce qui concerne l'accusation de concurrence déloyale de la part de nouvelles entreprises aidées, elle peut se résumer ainsi : certains nouveaux venus (notamment dans le second oeuvre du bâtiment), qui ont de bonnes qualités professionnelles mais qui sont incapables de calculer leurs coûts et leurs prix, répondent à des appels d'offres et emportent des marchés parce qu'ils sont moins chers ; les aides financières perçues leur permettent de pratiquer ce dumping (souvent involontaire). En fin de compte, les entreprises existantes sont parfois obligées de baisser leur proposition de prix afin de pouvoir conclure certains contrats, ce qui peut les mettre en situation financièrement difficile. Au total, les nouveaux entrants disparaissent lorsque l'incidence des aides financières a disparu : ils sont remplacés par d'autres dans les mêmes conditions et les entreprises existantes ont des difficultés... et risquent de disparaître.

Les effets pervers apparaissent bien : non seulement les aides ne parviennent pas à assurer la viabilité des nouvelles entreprises, mais également menacent de disparition les entreprises pré-existantes. C'est la désagrégation d'un tissu économique qui s'opère.

C - L'action en faveur de la création d'entreprises est vaine

Cette opinion peut s'exprimer ainsi : il ne sert à rien de vouloir agir pour développer un flux d'entrées dans un secteur et provoquer un flux de sorties équivalent, le parc d'entreprises restant stable.

Ceci peut être illustré par l'exemple suivant : si, dans un quartier, il y a trois boulangeries qui fonctionnent, l'apparition d'une nouvelle unité provoquera, ou bien la disparition d'une des boulangeries existantes, ou bien la disparition de la nouvelle venue.

Sur quels éléments peut s'appuyer cette opinion ?

- D'abord, sur un constat statistique, sur une courte période (3 ans), on peut observer une stabilité du nombre d'établissements (NAP 100) ;
- Ensuite, il peut s'agir d'une option doctrinale : il faut s'abstenir de toute intervention, parce que selon certains économistes, "la main invisible" accomplit instantanément sa tâche et provoque donc un état d'équilibre. La conception smithienne de la "main invisible" a été reprise par des économistes contemporains ³⁰.

§ 5 - Les justifications de l'action en faveur de la création d'entreprises

Faisant l'objet d'un consensus apparent relativement récent en France, n'ayant pas toujours été pratiquée et ne l'étant pas partout, pouvant générer certains effets négatifs, l'action en faveur de la création d'entreprises peut sembler avoir des difficultés à se justifier.

Dans ces conditions, quels sont les arguments qui amèneront à répondre positivement à la question initiale : faut-il agir en faveur de la création d'entreprises ?

³⁰ Franck MANN "Réflexions sur la main invisible" Problèmes Economiques 10 nov 82 pp. 16-22

A- Des arguments immédiats et fallacieux

Un premier argument favorable à l'action pourrait être la demande des créateurs potentiels. Selon un sondage, ceux-ci souhaitent effectivement une aide financière, un conseil personnalisé, une formation adaptée...³¹.

Mais il faut bien voir les limites de cet argument : les personnes interrogées ne sont-elles pas victimes d'un "effet d'offre", dans la mesure où elles souhaitent obtenir ce dont elles ont eu connaissance, notamment par la presse, d'une manière plus ou moins précise ?

Un second argument pourrait être l'exemplarité de pays étrangers et surtout l'action entreprise aux Etats-Unis sous l'égide de la Small Business Administration. Mais il apparaît que cet argument est à relativiser très fortement : l'Italie, n'a pas d'action en faveur de la création, et l'on peut constater dans ce pays un nombre important de créations.

La justification de l'action en faveur de la création doit donc être recherchée ailleurs et il nous faut revenir au modèle de la création d'entreprises tel qu'il a été présenté dans le Chapitre précédent.

B - Une justification globale : le dysfonctionnement du système de la création d'entreprises

Qui a à décider d'actions en faveur de la création d'entreprises ? Les responsables politiques et économiques qui sont préoccupés par le bon fonctionnement d'un système socio-économique intégrant le système de la création d'entreprises.

Ce sont donc ces responsables qui sont concernés au premier chef par la justification d'une action et feront preuve -autant que faire se peut- d'impartialité pour pouvoir apprécier cette nécessité.

Ces deux hypothèses étant posées : volonté d'une recherche et appréciation objective d'une situation, nous pouvons préciser la raison d'une politique.

L'action en faveur de la création d'entreprises ne se justifie que lorsqu'il y a un dysfonctionnement du système de la création.

Il s'agit donc de contrôler le système et de suivre les phases relatives à tout processus de contrôle :

- constat d'un écart éventuel entre des buts et des résultats
- analyse des causes de l'écart
- recherche des solutions à mettre en oeuvre.

La première phase de ce processus de contrôle justifiera éventuellement l'action ; les deux autres phases concerneront à la fois les conditions de l'action³² et les modalités de l'action³³.

Conceptuellement simple, la comparaison des finalités et des résultats présente cependant des difficultés :

- tenant au choix des finalités à prendre en compte

³¹ Enquêtes menées par l'IFOP pour l'ANCE

³² Section suivante

³³ Chapitre XIII et XIV

- tenant à leur quantification
- tenant à l'appréciation de l'importance de l'écart

Il faut également noter que cette comparaison des finalités et des résultats peut se faire à différents niveaux géographiques depuis le niveau local jusqu'au niveau national.

a) Le choix des finalités à prendre en compte

Que privilégier dans le choix des finalités : le renouvellement du tissu économique, l'emploi, la compétitivité ou la régulation sociale ?

Si ces finalités sont bien évidemment liées, le choix dépendra du responsable concerné : l'emploi sera le choix fait à tous les niveaux (local, régional, national) ainsi que le renouvellement du tissu économique dans une moindre mesure ; la compétitivité intéresse essentiellement un niveau national, ainsi que la régulation sociale.

b) Les difficultés de quantification

Pour pouvoir analyser une divergence entre des buts et des résultats, il est nécessaire d'avoir des informations statistiques fiables. Or, si d'indéniables progrès ont été faits depuis 1985/1986, il faut prendre certaines précautions dans l'utilisation de ces informations.

c) L'appréciation d'un écart devant déclencher l'action

Jusqu'à présent, n'ont été considérés que les résultats de la création d'entreprises, tels qu'ils peuvent être observés. Or, pour pouvoir envisager une action, il est indispensable de se fixer des niveaux de référence qui permettront de mesurer un écart. Quel niveau de référence choisir ? Des chiffres constatés à l'étranger, ou dans d'autres régions pour des responsables régionaux, ou encore dans ce dernier cas, une moyenne nationale.

Enfin, la divergence étant constatée, son importance justifie-t-elle d'envisager une action ?

* * * *

Faut-il agir en faveur de la création d'entreprises ?

La réponse est nuancée : la décision d'entreprendre une action dépendra des périodes et des territoires.

Nous vivons une période de mutation et, très globalement, on peut dire que l'action en faveur de la création d'entreprises est nécessaire en France. Pour combien de temps encore ? Il est difficile de l'envisager.

Cependant, il faut observer une très forte hétérogénéité des situations territoriales. De très fortes disparités existent entre les régions, et à l'intérieur d'une même région, entre de bassins d'emplois, en ce qui concerne l'évolution du nombre d'entreprises créées, les

caractéristiques de ces entreprises, les emplois générés par les nouveaux établissements, le renouvellement du tissu économique...

Ceci nous amène à relativiser la nécessité d'une action à entreprendre partout en France et, surtout, à nous attacher à des conditions de mise en oeuvre pour une plus grande efficacité de cette action.

SECTION II : LES CONDITIONS D'UNE ACTION EFFICACE EN FAVEUR DE LA CREATION D'ENTREPRISES

Il y a une multiplicité d'initiateurs d'actions en faveur de la création : les Pouvoirs Publics et les administrations d'Etat, les collectivités territoriales, les organismes consulaires, les associations s'étant créées pour cet objet ³⁴, des grandes entreprises dans le cadre d'une politique d'essaimage. Chacune de ces organisations peut décider d'initiatives dans ce domaine, et ceci dans une liberté quasi-totale.

Ce constat induit plusieurs observations :

- il ne peut y avoir d'unicité dans une politique globale décidée par le Gouvernement comme dans le cas d'autres politiques économiques, à moins de restreindre la liberté d'entreprendre d'organisations voulant promouvoir la création d'entreprises...
- s'il ne peut y avoir de politique unique et globale décidée au niveau national, il y a, en revanche une information accessible à tous les opérateurs existants ou potentiels, centralisée par l'Agence Nationale pour le Création d'Entreprises. L'information dont peut disposer un intervenant est variée et concerne aussi bien les aspects de la démographie des entreprises, que des méthodologies d'opérations, ou encore la liste des autres intervenants s'adressant au même segment de population de créateurs
- la multiplicité des opérateurs ne devrait pas entraîner une concurrence stérile, mais au contraire une complémentarité de leurs actions, voire des formes de partenariat. Quelque soit l'opérateur voulant mettre en oeuvre une politique en faveur de la création d'entreprises, quatre catégories de conditions doivent être respectées pour obtenir des résultats satisfaisants :
 - * connaître le phénomène de la création d'entreprises
 - * établir un diagnostic de la situation, dans la dimension qui concerne l'opérateur intéressé (circonscription d'une compagnie consulaire, Région, territoire communal,...)
 - * prendre en compte les recommandations qui découlent de l'approche systémique, notamment la nécessité de maintenir des contraintes (celle de la concurrence, par exemple) et admettre que les temps de réponse peuvent être plus ou moins longs
 - * adhérer à des principes d'action qui eux aussi découlent de l'approche systémique, mais que nous avons isolés parce qu'ils nous paraissent fondamentaux : l'intervention "juste nécessaire", le partenariat, la recherche des points d'amplification du système, et la cohérence du plan d'action.

³⁴ AFACE, Boutiques de Gestion, France Initiative notamment déjà citées

La connaissance du phénomène de la création d'entreprises est un préalable indispensable à toute action, et il semble suffisant de limiter les développements aux trois points suivants :

- * D'abord, consulter les informations disponibles accessibles notamment par l'Agence Nationale pour la Création d'Entreprises. Il s'agit d'informations quantitatives (statistiques INSEE, UNEDIC, études spécifiques...), ou davantage qualitatives (par exemple, les sondages réalisés par l'IFOP). Ce type d'informations sera utilisé pour élaborer le diagnostic d'une situation ;
- * Ensuite, rechercher des informations spécifiques. On pourra, par exemple, utiliser les méthodologies de l'ANCE, ou plus généralement, toute méthode permettant d'obtenir des informations pour une prise de décision ;
- * Enfin, comprendre le phénomène de la création d'entreprises, et le modèle présenté précédemment³⁵ pourra y contribuer.

La collecte et le traitement de ces informations permettront d'élaborer un diagnostic de la situation intéressant l'opérateur concerné.

Le but du diagnostic est de comprendre les causes d'une situation constatée et l'articulation de ces causes entre elles, afin d'expliquer autant que faire se peut, la création d'entreprises à un moment donné. Le diagnostic peut s'établir à différents niveaux géographiques selon l'opérateur concerné.

§ 1 - Les apports de l'approche systémique

"L'approche systémique n'a d'intérêt que si elle débouche sur l'opérationnel, en favorisant l'acquisition des connaissances et en permettant d'améliorer l'efficacité de nos actions. Elle doit donc permettre de dégager, à partir des invariants, des propriétés et du comportement des systèmes complexes, quelques règles générales destinées à mieux comprendre ces systèmes et à agir sur eux" ³⁶

Nous avons privilégié trois dimensions issues de l'approche systémique, et que les opérateurs doivent avoir présent à l'esprit lorsqu'ils envisagent de mener une action: le maintien des contraintes, la conservation de la variété d'un tissu productif et la prise en compte du temps de réponse du système.

A - Le maintien des contraintes

Certains modes de fonctionnement du système peuvent s'avérer être dangereux et l'entraîner vers une désorganisation. Il en est des aides financières attribuées à de nouvelles entreprises et qui peuvent avoir pour effet de provoquer des difficultés chez les entreprises existantes.

Pour éliminer ces effets pervers déjà évoqués, il est nécessaire que l'action en faveur de la création d'entreprises vise à maintenir une concurrence saine : l'offre de la nouvelle entreprise doit tenir compte de l'offre existante et de ses caractéristiques. Sinon, le risque de désagrégation du tissu productif est réel.

³⁵ Chapitre précédent

³⁶ J. De ROSNAY "Le Macroscopie" op. cit. pp. 119-120

Il ne faut pas vouloir ouvrir de "boucles" de régulation qui peuvent perturber l'ensemble du système : des marchés protégés, des conditions d'exploitation avantageuses, et ceci d'une manière durable, sont également néfastes pour le tissu productif.

B - La conservation de la variété d'un tissu productif

Il faut éviter que se reproduisent des phénomènes passés : nous avons pu noter que pour certains bassins d'emploi du Nord-Pas de Calais, la gravité de la crise était proportionnelle au type de spécialisation de l'espace.

Privilégier une activité économique ou un type d'entreprises revient au même. La "sublimation de la petite entreprise" entraîne, pour X. Greffe, un "discours économique et social dangeureux"³⁷

En effet, vouloir faire de la petite entreprise le nouveau fer de lance du développement rencontre des limites : celles du marché (opportunités à exploiter et existence de barrières à l'entrée) et de l'emploi (il faut relativiser la création d'emplois par les petites unités).

Sur le plan social, il est également pervers de vouloir inciter la totalité des demandeurs d'emploi à créer leur entreprise sous prétexte que "si tout le monde crée sa propre entreprise, tout le monde aura un emploi".

Il n'y a pas lieu de condamner le développement local mais d'insister sur un certain nombre de conditions de mise en oeuvre³⁸.

De la même façon, vouloir agir pour développer la variété et la complémentarité des unités constituant un tissu productif est un des axes d'une politique de développement régional. Les entreprises technologiques ont un potentiel de croissance qui aura un impact significatif sur le développement régional, mais elles ne sont pas les seules.

D'une manière plus générale, la recherche d'une flexibilité des structures de production, élément important de la compétitivité d'une économie, passe par un besoin de souplesse et de variété d'un tissu productif, et non par la rigidité de celui-ci.

C - La prise en compte du temps de réponse du système

Les systèmes complexes intègrent la durée à leur organisation et dans le domaine de l'action en faveur de la création d'entreprises, il ne faut pas vouloir obstinément rechercher la rapidité d'exécution et des résultats immédiats.

Aux commentateurs obnubilés par le phénomène de la Silicon Valley et la transposition du modèle en France, il faut apporter les informations suivantes :

- L'Université de Californie a été créée en 1868 à Berkeley. Leland Stanford a inauguré l'université qui porte son nom en 1891.
- C'est en 1938 que William Hewlett et David Packard produisent, dans un garage de Palo Alto, le premier ordinateur. L'Université aide également à la création de

³⁷ X. Greffe "Décentraliser pour l'emploi les initiatives locales de développement" Economica 1988

³⁸ Chapitre XIV Section II

l'entreprise des frères Varian la même année. En effet, F. Terman, responsable du laboratoire à Stanford, est convaincu qu'il faut encourager les étudiants à créer leur entreprise dans l'environnement de l'Université, le manque d'industries électroniques incitant les diplômés à chercher un emploi sur la côte Est.

- Pendant la seconde guerre mondiale, la Californie bénéficie de 20 milliards de dollars d'investissements du gouvernement fédéral : 800 millions de dollars par exemple répartis entre cinq mille nouvelles entreprises liées à l'aéronautique.
- Dans les années 1947-1957, on assiste à la création de l'industrie des semi-conducteurs, avec Bell Laboratoires et Schockley Transistor.
- En 1951, l'Université crée le "Stanford Industrial Park".
- Entre 1957-1974 apparaissent des sociétés telles Fairchild, National Semi-Conducteurs, Signetics... .

Le cas des complexes de haute technologie sera étudié dans le chapitre suivant. Il était utile de préciser une chronologie sommaire de faits, expliquant pour partie la situation actuelle de la Silicon Valley.

§ 2 - Les principes pour l'action

Egalement issus de l'approche systémique, mais immédiatement opératoires, nous avons recensé quatre principes qui doivent guider pour tout opérateur, dans l'action qu'il veut mettre en oeuvre dans le domaine de la création d'entreprises. Il y a bien évidemment inter-relation entre ces principes : l'intervention "juste nécessaire", le partenariat, la recherche de points d'amplification et la cohérence.

A - L'intervention "juste nécessaire"

Deux aspects sont à considérer dans ce premier principe : l'intervention de l'opérateur concerné est nécessaire parce qu'il est le seul à pouvoir intervenir ; la notion de juste s'applique à l'allocation de ressources adaptée pour l'intervention.

L'application de ce principe, simple à énoncer, soulève toutefois des difficultés :

- d'une part dans le choix des variables d'intervention.
- d'autre part, dans le choix des ressources et la quantité à affecter à une opération.

a) La difficulté du choix des variables d'intervention

Quatre catégories de variables peuvent être concernées par la politique économique :

- les instruments de la politique économique.
- les données, c'est à dire les variables exogènes non contrôlées, ou partiellement contrôlées.

- les objectifs de la politique économique.
- les variables non pertinentes ou accessoires, c'est à dire des variables endogènes dont le niveau laisse indifférent les responsables de la politique économique.

"Il faut bien voir que cette opération de classification n'est pas souvent purement technique, en ce sens qu'aucune variable économique n'appartient par nature à l'une des quatre catégories précédentes. En fait, son inclusion dans telle ou telle catégorie traduit les choix de la politique économique"³⁹.

Il y a donc des difficultés d'ordre général de classement des variables : l'action pour développer la création de tel ou tel type d'entreprise est-elle simplement un objectif, ou est-elle un moyen, un instrument d'une politique ? L'action pour la constitution d'un environnement entrepreneurial est-elle un instrument ou une variable exogène que l'on s'efforce de contrôler davantage ?

A ces difficultés d'ordre général de choix, s'ajouteront d'autres difficultés plus pratiques :

- Faut-il privilégier une action directe - par exemple, la création ou la participation dans des structures de capital risque - ou une action indirecte (les exonérations fiscales favorisant la création et le développement de telles structures par des capitaux privés) ? Des choix différents ont été faits en ce qui concerne cet exemple particulier par des Etats américains.
- Faut-il faire, faire faire, ou inciter à faire ? certains responsables ont le choix entre ces trois éventualités, par exemple dans l'implantation d'une pépinière d'entreprises. Une collectivité territoriale doit-elle choisir la formule consistant à créer et gérer elle-même une telle structure, ou passer une convention avec une société privée, ou subventionner l'étude de faisabilité, l'investissement et un déficit éventuel d'exploitation ? Les diverses formules ont été adaptées dans les pépinières fonctionnant actuellement.

Le choix des variables d'intervention ne peut être fait dans l'absolu : il dépendra à la fois de la volonté d'intervention des organismes concernés (et de leurs motivations) et d'un ensemble d'actions et d'opérateurs existant à un moment donné (donc de la connaissance de cet ensemble et de sa perception). Le choix des variables d'intervention décidera des ressources à allouer.

b) Les difficultés dans l'allocation des ressources

Deux aspects sont liés dans l'allocation des ressources : le choix des ressources à affecter (ressources humaines, financières, informationnelles, matérielles et leur combinaison) et le montant des ressources à mettre en oeuvre. Là encore, les difficultés sont nombreuses :

- L'appréciation d'une technique d'intervention s'appuyant sur l'une ou l'autre des ressources est difficile à faire. L'exemple de la Prime Régionale à la création d'entreprises correspond à une intervention financière, directe, sous forme quasi-fonds propres dans une entreprise en création. Certaines régions ont abandonné cette forme d'intervention, notamment parce que les évaluations des résultats de ce mode d'action pouvaient laisser à penser que :

³⁹ C. DE BOISSIEU "Principes de politique économique" Economica 1980 p. 20

- * le montant de la Prime Régionale pour la création d'entreprises n'était que trop rarement adapté à l'équilibre du plan de financement (montant insuffisant dans des proportions variables ou non nécessaires dans d'autres cas).
- * les modalités d'attribution exigeaient la mise en oeuvre d'une procédure et des délais qui aboutissaient à un versement parfois trop éloigné du moment de la création.
- * enfin, les critères d'attribution datant pour l'essentiel de la fin des années soixante-dix⁴⁰ n'aboutissaient dans beaucoup des cas qu'à la reproduction d'un tissu productif existant, et interdisaient toute action de "remodelage" de ce même tissu.

Il faut être très prudent dans l'appréciation d'une technique d'intervention parce que les régions ayant conservé le système de la prime régionale pour la création d'entreprises, se basent sur d'autres éléments :

- * la prime, confortant les fonds propres de la nouvelle entreprise semble augmenter d'une manière significative sa pérennité.
- * la prime joue dans beaucoup de cas, un effet de levier pour mobiliser d'autres fonds.
- Si les difficultés d'évaluation d'une technique d'intervention existante sont bien réelles, ces difficultés sont également à appréhender lorsqu'il s'agit d'imaginer de nouvelles techniques.

Comment connaître le caractère des ressources qu'il faut apporter au créateur d'entreprise ?

Les méthodes sont diverses et ont leurs limites propres. L'enquête par questionnaire apportera des éléments intéressants. Par exemple, l'Agence Nationale pour la Création d'Entreprises (A.N.C.E.) a fait réaliser des enquêtes faisant apparaître très nettement que si les ressources financières correspondent à une demande importante, l'accompagnement personnalisé constitue également une demande forte des créateurs.

L'observation des exemples des pays étrangers, la confrontation d'avis d'experts, les indicateurs dont on peut disposer, les résultats d'expérimentations pouvant être menées... sont autant d'éléments qui permettent de tenter d'élaborer une simulation dans le choix des ressources à affecter et des résultats à attendre de cette affectation.

- une troisième catégorie de difficultés réside dans les critères de choix des décideurs. Les responsables d'actions en faveur de la création d'entreprises ont leurs propres motivations et tentent de faire coïncider les ressources attribuées à ce type d'actions et des éléments qu'ils puissent être bénéfiques à leur organisation et à eux-mêmes. Trois catégories d'éléments interviennent :
 - * la distinction entre les fonctions manifestes d'une action (développement local ou régional) et les fonctions latentes (trace de l'efficacité, électoralisme...) peut faire préférer la construction d'une pépinière d'entreprises par exemple, à une action peut être plus efficace, mais beaucoup moins visible.
 - * les échéances des décideurs (élections politiques ou consulaires par exemple) auront également une incidence dans le choix des ressources à affecter.

⁴⁰ Le décret du 27 juillet 1977 habilitait les établissements publics régionaux à accorder une prime régionale à la création d'entreprises industrielles

- enfin, dans le choix et le montant des ressources à attribuer interviendra, avec toutes les limites d'une telle estimation, le "retour sur investissement". Si cette dimension est prise en compte, il y aura également des difficultés à évaluer correctement le montant des ressources attribuées à une action (dépenses de fonctionnement, d'investissement, évaluation du temps, affectation des équipements...) et les résultats attendus. Il faudra également définir les critères (nombre d'entreprises créées, nombre d'emplois...) et les évaluer d'une manière prévisionnelle, et, éventuellement tenir compte des effets induits. La rationalisation de choix, si elle veut être menée, est assurément difficile à mettre en oeuvre.

Si nous avons beaucoup insisté sur les difficultés à surmonter dans la mise en oeuvre d'une intervention "juste nécessaire", c'est à la fois pour relativiser la validité des actions envisageables et pour inciter les responsables à adopter une démarche de recherche du rôle que leur organisation peut jouer -et pour lequel, celle-ci est, soit la mieux placée, soit irremplaçable- et définir une allocation de ressources adaptée à l'intervention.

B - Le partenariat

Le nombre d'opérateurs actuels (et potentiels) susceptibles d'intervenir dans le domaine de la création d'entreprises est important. Ce fait, conjugué à une évolution sociologique orientée vers la constitution de réseaux, conduit nécessairement à la mise en oeuvre d'un partenariat.

a) "Des hiérarchies aux réseaux"

Pour John Naisbitt,⁴¹ c'est "l'impuissance des hiérarchies à résoudre les problèmes de notre société qui a poussé les gens à la concertation. Ainsi, sont apparus les réseaux".

Un réseau est un ensemble d'individus qui se concertent pour mettre en commun des idées, des informations, des ressources ; l'important est davantage le processus, la démarche qui est adoptée que l'aboutissement de cette démarche.

L'activité résillaire ("networking") c'est de la sociologie adaptative qui, partant d'interactions informelles, aboutira éventuellement à la création d'organisations.

Les réseaux émergent dès qu'une tentative est faite pour changer la société : "Peu importe la cause, les buts ou les croyances et peu importe le genre d'activité du mouvement politique, social, religieux... Chaque fois que des gens s'organisent spontanément pour modifier un des aspects de la société, tout se passe comme si émergeait un cadre d'organisation non bureaucratique d'une grande efficacité"⁴²

La meilleure image de la structure des réseaux est donnée par ce même auteur, qui compare les "réseaux segmentés polycéphales" à des "filets de pêche grossièrement ouverts, tout plein de noeuds et de mailles de grandeur variée et qui se raccordent directement ou indirectement les uns aux autres".

Pour J. NAISBITT, trois raisons fondamentales expliquent la contemporanéité des réseaux : le déclin des structures traditionnelles, la "profusion assourdissante de l'information" et

⁴¹ J. NAISBITT "Les dix commandements de l'avenir -Megatrends" Editions Primeur 1984

⁴² V. HIVE citée par J. NAISBITT

l'échec des hiérarchies. Il note encore que "si les hiérarchies éperonnent l'ambition et l'arrivisme, elles sont aussi génératrices de stress, de tension et d'angoisse. En revanche, l'activité résillaire responsabilise l'individu et apporte à tous les participants une enrichissement mutuellement nourri".

Quatre caractéristiques des réseaux nous semblent importantes à retenir :

- le réseau offre la possibilité d'établir des liaisons horizontales : il y a circulation d'informations, mais également création et mise en circulation de connaissances nouvelles.
- dans un réseau, chaque participant en occupe le centre. Autrement dit, chaque membre du réseau est un point d'entrée dans ce réseau.
- un réseau permet de trouver des solutions aux problèmes que des structures hiérarchiques et bureaucratiques sont incapables de résoudre.
- dans le contexte du réseau, la responsabilité donnée à chaque individu est gratifiante.

Le phénomène des réseaux est ambivalent : c'est une condition permissive, qui implique aussi une mise en oeuvre du partenariat.

b) La mise en oeuvre du partenariat

"Le terme de partenariat est apparu il y a quelques années dans le vocabulaire économique et social. Il s'est depuis répandu comme une trainée de poudre. Sa force évocatrice tient sans doute, à ce qu'il exprime l'idée d'une alternative, tout à la fois souple et positive, aux impasses de l'interventionnisme public comme aux limites du libéralisme sauvage. Le mouvement est porteur de valeurs d'esprit d'équipe et d'entente constructive à une époque où les solidarités anonymes sont en crise et paraissent même oppressives"⁴³.

C'est Jacques Baratier (du groupe Elf Aquitaine) qui est à l'origine de l'emploi du terme de partenariat dans le monde économique. J. Baratier prônait une nouvelle manière d'organiser les rapports clients-fournisseurs, fondée sur la complémentarité et l'interdépendance davantage que sur la recherche agressive d'avantages à très court terme.

Le partenariat entrepreneurial peut être défini comme étant une coopération concurrentielle, empirique entre des opérateurs fonctionnant en réseaux, afin d'élaborer et de réaliser des projets visant à développer la création d'entreprises.

La coopération concurrentielle : le consensus entre les différents intervenants -qui doivent rechercher ce qui les unit pour agir et non ce qui les sépare- ne doit pas éliminer les différences.

"Toute intégration réelle se fonde sur sur une différenciation préalable. L'originalité, la caractère unique de chaque élément se révèle dans la totalité organisée : c'est ce qu'exprime la célèbre expression de Teilhard de Chardin : "l'union différencie" (...) mais il n'y a pas de vraie union sans antagonisme, rapport de forces, conflits. L'homogène, le mélange, le syncrétisme c'est l'entropie. Seule l'union dans la diversité est créatrice. Elle accroît la complexité, conduit à des niveaux plus élevés d'organisation"⁴⁴.

⁴³ A. DE ROMEFORT "Promouvoir l'emploi convivialité partenariat" Editions k' Harmattan 1988.

⁴⁴ J. DE ROSNAY op. cit. p. 123

- L'empirisme se traduit par la diversité des opérateurs acceptant de coopérer.

"Le partenariat génère des alliances locales qui hier encore étaient impensables entre des élus locaux appartenant à des formations politiques opposées, entre des représentants du patronat et des salariés, entre des responsables du secteur public et privé"⁴⁵

Xavier Greffe ⁴⁶ note que trop d'expériences locales de développement ont échoué, "les partenaires se connaissant mal ou se méfiant les uns des autres".

Ainsi, certains acteurs du développement local ne voient pas d'une manière favorable la participation de partenaires privés. Or, les entreprises peuvent offrir des opportunités à exploiter, une expertise d'ingénieurs, de cadres et de techniciens, des possibilités de stages de formation, l'insertion dans leurs propres réseaux, des financements, des locaux disponibles...

Ces mêmes partenaires privés reprochent parfois aux collectivités locales un certain électoralisme et un manque de rigueur dans l'approche des problèmes.

Quant à l'Etat, "il a bien du mal à se tenir comme un partenaire" constate X. GREFFE, qui suggère qu'en matière de développement local, son action permette au "partenariat d'embrayer quand ni le milieu ni les moyens n'y conduisent naturellement" et qu'un interlocuteur unique joue un rôle important dans la mise en place d'une concentration entre les partenaires précités et les autres partenaires potentiels : associations, syndicats, organisations professionnelles...

- Le partenariat doit être un partenariat de projet et non un partenariat institutionnel

Il s'agit de rassembler des opérateurs qui veulent entreprendre en commun un programme d'actions (avec des objectifs clairement définis - et auxquels les opérateurs adhèrent - des opérations clairement précisées, une répartition des interventions), acceptées par les différents opérateurs. Le budget du programme doit être établi et les financements assurés avant son lancement.

Les programmes d'opération, de détection et d'accompagnement de créateurs d'entreprises (ODACE) respectent ces règles. Ils sont gérés par un Comité de Pilotage et un Comité Technique rassemblant l'ensemble des partenaires. L'expérience montre qu'il s'agit d'un authentique partenariat de projet.

Le partenariat entrepreneurial est à l'origine de synergies. Ceci correspond à la volonté des opérateurs de rechercher des points d'amplification.

C - La recherche d'interventions amplificatives

L'approche systémique permet de faire apparaître les points sensibles d'un système complexe. En agissant au niveau de ces points, on peut déclencher soit des amplifications, soit des inhibitions.

Pour un opérateur, il s'agit de choisir des interventions amplificatives qui, en minimisant l'allocation de ressources, maximisent les résultats d'une opération, ou qui présentent un

⁴⁵ P. DOMMARGUES "La société de partenariat"

⁴⁶ "Décentraliser l'emploi" op. cit. pp. 212-213

rapport jugé satisfaisant entre ressources et résultats. Cela pose le problème (évoqué précédemment avec le montant des ressources à attribuer) de l'évaluation des résultats, notamment de leur échelonnement dans le temps et des effets externes des mesures prises.

Nous n'allons pas nous attarder sur ces problèmes d'estimation mais nous intéresser davantage à ce qu'il convient de faire pour obtenir une amplification optimale des mesures prises.

Deux démarches permettent, pour chaque opérateur, d'amplifier l'impact de leur action : la recherche d'une synergie positive d'une part, la recherche d'un effet de levier d'autre part.

Obtenir une synergie positive, c'est aboutir à un résultat d'une coordination d'actions qui soit supérieur à la somme des résultats de chacune des actions, si celles-ci avaient été menées séparément.

Un partenariat, bien compris et bien conduit, permet d'aboutir à cette coopération fructueuse. Il est incontestable que dans un programme ODACE, les ressources mises en oeuvre par les différents partenaires se trouvent fortement amplifiées au niveau des résultats, par l'obtention d'un effet de synergie.

La recherche d'un effet de levier pour un opérateur, peut s'analyser à travers trois techniques d'intervention : l'incitation, la mobilisation d'autres ressources, la complémentarité des ressources nécessaires.

- L'incitation économique peut être définie comme "une manière spécifique de politique économique, non obligatoire, cherchant à obtenir des agents qu'elle vise, un comportement déterminé, non souhaité par eux ou qu'ils n'ont pas l'idée d'adopter, au moins au départ, en échange d'un ou plusieurs avantages déterminés"⁴⁷.

Deux exemples peuvent illustrer ce concept :

- * l'aide aux demandeurs d'emploi créant leur entreprise, correspond dans certains cas, à une mesure d'incitation.
- * la promotion d'initiatives locales de développement par le moyen notamment de contrats entre l'Etat et une région, est également une mesure incitative.
- La mobilisation d'autres ressources, provenant d'autres opérateurs, permet également pour l'intervenant concerné d'obtenir un effet de levier plus ou moins important dans le montant des ressources allouées. Tel Conseil Général décidant d'attribuer une subvention forfaitaire à tout organisme voulant créer une pépinière d'entreprises, cherche à mobiliser les ressources nécessaires à la réalisation du projet.
- La complémentarité des ressources nécessaires peut aboutir à l'exercice d'un effet de levier considérable lorsqu'il est envisagé dans le temps.

Pour Jean-Philippe Mallet, Président Fondateur de France Initiative, il fallait pouvoir accorder un prêt (sans garantie, sans intérêt) à des porteurs de projet, leur permettant d'équilibrer leur plan de financement. Autrement dit, des interventions financières, parfois d'un montant très modeste, ont autorisé le lancement de nouvelles entreprises, qui dans certains cas, ont connu une croissance rapide.

⁴⁷ S. QUIERS-VALETTE " Un Nouveau Concept de politique économique : l'incitation " Hachette 1978 p.18

En termes de valeur ajoutée et d'emplois créés à moyen terme, l'effet de levier du prêt initial (qui a été remboursé) est d'une manière très globale pour l'ensemble des associations rassemblées autour de France-Initiative, très important.

On peut penser que c'est dans cette dernière modalité d'intervention que l'effet de levier peut jouer à plein. La situation est alternative : s'il y a intervention, le projet se réalise ; s'il n'y a pas intervention (même modeste) le projet ne se réalise pas.

D - La cohérence dans l'action

Dernier principe pour l'action qu'il faut citer, l'application d'une démarche cohérente pour un opérateur consiste à transposer des techniques utilisées dans la gestion des organisations.

Planifier, organiser, assurer la circulation d'informations, contrôler, sont des fonctions qu'il faut assumer aussi bien dans les actions menées par un opérateur, que dans les projets rassemblant des partenaires.

Le management de projets est l'objet d'ouvrages et de publications et peut bénéficier de logiciels adaptés. Il ne s'agit pas ici de développer ces points spécifiques mais d'insister sur la nécessité d'un professionnalisme dans l'action en faveur de la création d'entreprises.

X

X X

Malgré la diversité des opérateurs susceptibles d'être concernés et l'hétérogénéité des ressources qui peuvent être mises en oeuvre, les principes d'action qui viennent d'être présentés, s'appliquent ensemble à tous les intervenants menant des actions en faveur de la création d'entreprises.

Les difficultés de mise en oeuvre de tels principes n'ont pas été sous-estimées. Mais à partir du moment où l'appréciation d'une situation, les conclusions d'un diagnostic amènent un opérateur à vouloir agir pour favoriser la création d'entreprises, ces principes doivent guider son action.

Cette action pourra consister à participer à la constitution d'un environnement entrepreneurial ou à la mise en oeuvre de programmes d'actions entrepreneuriales.

CHAPITRE XIII : L'ENVIRONNEMENT ENTREPRENEURIAL

L'environnement de l'entrepreneur a été étudié précédemment ¹. Nous avons analysé les influences qui s'exercent sur le créateur potentiel et qui l'amènent à une décision de création.

L'environnement entrepreneurial se constitue avec une volonté des émetteurs d'environnement, volonté plus ou moins explicite, correspondant à des motifs différents, mais participant ensemble à un environnement favorable à la création "spontanée" d'entreprises. Si la frontière peut paraître floue entre ces deux notions, la différence est cependant essentielle : dans un cas, il y a une volonté des intervenants d'aboutir à une augmentation significative du nombre et des caractéristiques des créations ; dans l'autre cas, il y a émergence spontanée d'entreprises sans intervention d'opérateurs.

Une première interrogation apparaît: peut-on constituer un environnement entrepreneurial ? De la même façon que "l'on ne change pas une société par décret" (M. Crozier), "la création d'entreprise ne se décrète pas" ². Un opérateur unique (autorité publique, par exemple) ne peut créer un environnement entrepreneurial. Par contre, un environnement entrepreneurial peut se constituer. Nous en étudierons les modalités (Section I). Une seconde interrogation survient : Quels sont les résultats de la constitution d'un environnement entrepreneurial ? En d'autres termes un environnement entrepreneurial produit-il des créateurs d'entreprises ? Pour répondre à cette question, nous analyserons le cas des complexes de technologie avancée aux Etats-Unis (Section II).

Section I - la constitution d'un environnement entrepreneurial.

L'environnement entrepreneurial est constitué par l'ensemble des éléments qui concourent à la création d'entreprises. Ces éléments sont divers : décisions des Pouvoirs Publics, actions des entreprises dans le domaine de la conversion, activités d'associations en faveur de l'accompagnement de nouveaux créateurs, etc...

Nous étudierons les caractéristiques de l'environnement entrepreneurial avant d'en étudier les modalités de constitution.

§1 - Les caractéristiques de l'environnement entrepreneurial.

Les différentes composantes de l'environnement entrepreneurial sont le fait d'émetteurs, centres de décisions externes aux créations potentiels, qui créent ou modifient leur environnement. Chaque émetteur peut regrouper plusieurs composantes ou correspondre à une seule d'entre-elles, ou ne recouvrir qu'une partie de l'une d'entre-elles.

A - Les émetteurs d'environnement

Les émetteurs participant à l'environnement entrepreneurial sont nombreux :

- l'Etat et les Collectivités territoriales,

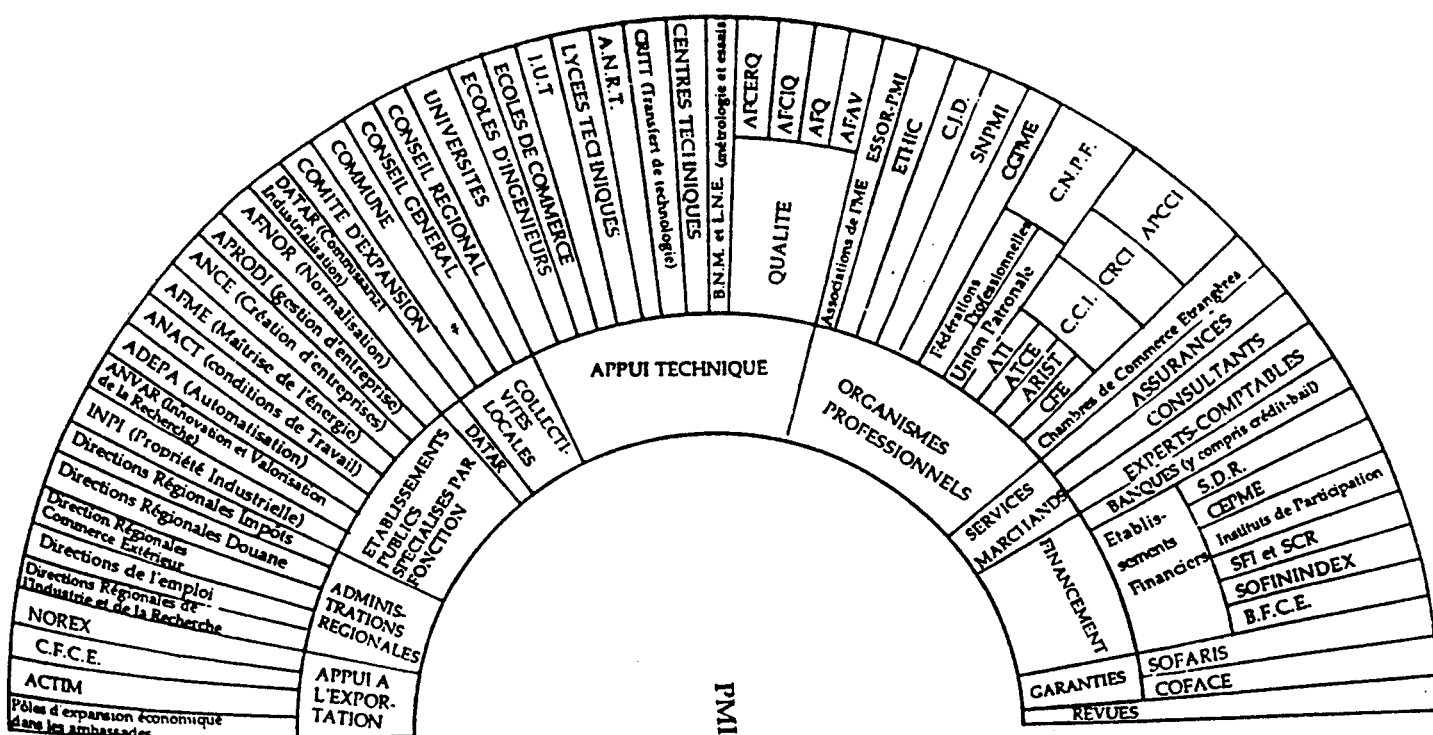
¹ Chapitres VIII à IX

² Y. GATTAZ - Le Nouvel Economiste 6.6.83 PP. 46-48

- les firmes existantes,
- les média,
- le système éducatif,
- les institutions financières au sens très large et les capitalistes privés,
- les organisations, notamment consulaires et professionnelles,
- les partis politiques et les syndicats,
- les groupes sociaux,
- des associations et groupements divers.

Cette liste n'est bien évidemment pas exhaustive. Il est d'ailleurs difficile de prétendre à l'exhaustivité dans ce domaine.

A. Buraille et B. Costa de Beauvegard ³ présentent l'environnement de la PMI dans le tableau ci-dessous :



Ces émetteurs d'environnement exercent un ensemble d'influences sur les créateurs potentiels. Ces influences sont comparables à des forces ou à des flux qui peuvent être positifs ou négatifs.

³ "PMI Enjeux Régionaux et Internationaux" - Editions Economica 1987 - p.213

"La décision d'un émetteur d'environnement regroupe à la fois la notion de flux et la notion de force. Elle implique tout ensemble trois paramètres : un point d'application, une intensité et le temps. De plus, la décision de l'émetteur peut être favorable ou défavorable à l'entreprise ; selon le cas, elle sera considérée comme positive ou négative : négative, elle sera appelée contrainte ; positive, elle sera appelée stimulant" ⁴

B - Le point d'application.

L'influence d'un émetteur d'environnement a une origine connue. Mais comment affectera-t-elle ou n'affectera-t-elle pas la décision du créateur potentiel ?

En effet, il faut distinguer, d'une part, le cadre normal de l'environnement structurel de la future entreprise, et, d'autre part, des décisions très limitées, sur un problème précis, et qui n'affectent qu'un élément de la prise de décision de création, ou une partie seulement de l'activité de la nouvelle entreprise.

Par ailleurs, l'influence de l'environnement peut être l'expression d'un groupe social inorganisé et s'exercer sous forme d'une pression sociale ou morale cherchant son point d'application. L'influence de l'environnement peut prendre la forme d'une décision d'un émetteur institutionnel, comme l'Etat, dont le point d'application est précisé.

Les décisions formant le cadre de l'environnement de la future entreprise sont relativement stables et déterminent le degré de liberté qui permet au créateur d'agir. Il s'agit notamment du cadre légal et réglementaire, des stimulants repérés dans l'évolution du marché...

Des décisions de l'environnement peuvent avoir un point d'application très précis et très limités, et donc ne concernent qu'un nombre restreint de créateurs potentiels : les conditions d'exemption du service national pour un jeune chef d'entreprise ; le conseil apporté à un créateur ou une formation adaptée, dispensés dans le cadre d'un programme d'actions entrepreneuriales, en constituent des exemples.

C - L'intensité de l'influence.

Les influences s'exerçant sur le créateur potentiel peuvent présenter une certaine gradation allant d'un caractère global à une intensité très légère. La notion d'intensité est relativement voisine de la notion précédente de point d'application ; d'autre part, la notion d'intensité est à relativiser selon les cas de création et la perception, forcément subjective, qu'ont les créateurs des influences de l'environnement.

- Le caractère global de l'influence :

Des contraintes existent pour le créateur potentiel, l'empêchant de créer, qu'il s'agisse de certaines catégories d'entreprises dans le cadre d'une législation, ou d'interdits religieux ou moraux.

A l'inverse, des stimulants peuvent avoir une influence globale dans la décision de création. Dans l'ensemble des actions menées par l'Agence Nationale pour la Création d'Entreprises depuis 1979, on peut trouver cette globalité de l'influence sur des décisions de création ; information des différents publics concernés, conseil au créateurs, sessions de formation, volonté de faire évoluer l'environnement du créateur... Ces actions se situent dans un contexte socio-économique ayant lui-même évolué dans un sens favorable à la création d'entreprises, l' ANCE n'étant vraisemblablement pas étrangère dans ce processus d'évolution.

⁴ C. Vulliez et P. Lemattre "L'Entreprise face à son environnement" Dunod 1971

- Le caractère modéré de l'influence :

Il s'agit d'influences qui ne sont pas déterminantes dans la décision de créer (ou de ne pas créer) mais qui peuvent néanmoins, intervenir d'une manière ou d'une autre, dans la décision et/ou dans la vie de la nouvelle entreprise.

L'attribution d'une prime régionale à la création d'entreprise peut constituer un bon exemple d'une influence à caractère modéré : personne ne crée pour obtenir une prime ; cependant, l'obtention de celle-ci permet à la jeune entreprise de conforter ses fonds propres et de diminuer ainsi sa vulnérabilité.

- L'intensité légère de l'influence :

Certaines décisions d'émetteurs ont une portée très limitée ou sont à l'origine d'une influence ne pouvant qu'avoir une incidence très faible sur la décision de création. On peut penser, par exemple, que l'allégement des procédures d'enregistrement avec des démarches administratives simplifiées et des délais courts, est une mesure n'ayant qu'une incidence très limitée pour beaucoup de créateurs potentiels.

D - La durée.

La durée des diverses influences peut être différente, allant d'une influence permanente à une influence caractérisée par sa brièveté.

- Une influence permanente :

Le choix d'un statut juridique pour une nouvelle entreprise est relativement important et les statuts proposés aux créateurs potentiels sont relativement permanents. Le statut de l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée, innovation récente, a déjà intéressé un nombre significatif de créateurs d'entreprise.

- Une influence longue mais limitée dans le temps :

La loi du 3 janvier 1984 instituant le congé pour création d'entreprise permet aux salariés de bénéficier d'une année de congé non rémunéré (pouvant être porté à deux ans) avec le droit pour le salarié de retrouver son emploi.

- Une influence très brève :

Les exemples d'influences de ce type peuvent être choisis parmi les décisions de politique économique et fiscale : taux d'intérêt des prêts, exonérations fiscales limitées à certaines périodes..., décisions pouvant donc à certains moments être presque comme des stimulants, à d'autres comme des contraintes.

Nous venons d'examiner les différents paramètres des décisions des émetteurs d'environnement et de les illustrer avec des exemples pouvant constituer des contraintes ou des stimulants pour un créateur d'entreprise.

La multiplicité des émetteurs et la diversité de leurs décisions peuvent engendrer des effets pervers pour le créateur d'entreprise : certaines décisions voulant stimuler la création rendent dans certains cas, la nouvelle entreprise plus fragile⁵; l'hétérogénéité des émetteurs d'environnement peut aller de pair avec une certaine incohérence dans leur démarche. La

⁵ Par exemple, certains critères d'attribution d'aides financières.

liberté d'entreprendre s'applique également aux émetteurs voulant participer à la constitution d'un environnement entrepreneurial ; il est souhaitable qu'ils en connaissent les modalités.

§ 2 - Les modalités de la constitution d'un environnement entrepreneurial.

La constitution d'un environnement entrepreneurial résulte d'une véritable alchimie combinant des décisions prises par des responsables politiques et économiques, des évolutions de comportements d'agents économiques, des missions nouvelles que s'attribuent certains agents, des modifications de l'opinion publique, l'émergence de nouvelles activités, l'apparition de nouveaux opérateurs..., le seul point commun entre ces divers éléments étant d'avoir un effet favorable sur la création d'entreprises.

Du point de vue de l'entrepreneur, l'environnement n'est donc ni homogène, ni uniforme, ni statique, mais il est au contraire hétérogène, multiforme et mouvant. A cela, il faut ajouter que des interactions apparaissent entre les décisions des différents émetteurs : certains jouent un rôle moteur dans la constitution de l'environnement et peuvent provoquer des réactions de la part d'autres émetteurs, qui amèneront les premiers à prendre d'autres décisions.

L'environnement entrepreneurial se constitue avec l'ensemble des éléments ayant un effet stimulant sur la création d'entreprises, mais aussi avec la modification de contraintes, ou parfois seulement la modification de perception d'éléments perçus comme étant des contraintes. F. de Witt, comparant l'environnement des créateurs aux Etats-Unis et en France, constate que..."pour ce qui est des réglementations, fiscalité, etc...) comme du comportement des banques, les Américains ne sont pas mieux lotis que nous, mais ils n'en parlent guère (pas plus qu'ils ne parlent de Ronald Reagan, si ce n'est en se plaçant d'un point de vue de citoyen). Ils ne contemplant pas le mur, mais le champ qui est au-delà" ⁶.

Nous nous placerons du point de vue des émetteurs d'environnement ayant une volonté plus ou moins forte de participer à la constitution d'un environnement entrepreneurial et nous leur proposons une méthodologie. Cette démarche nous paraît préférable à celle consistant à formuler des propositions très précises pour la constitution d'un environnement entrepreneurial. De nombreux rapports ont été commis sur ce thème, depuis le rapport de la Commission présidée par M. Minaret en 1972 ⁷ et des propositions diverses ont été faites par des responsables économiques.

Un travail de propositions concrètes pour la constitution d'un environnement entrepreneurial peut présenter des inconvénients importants : d'une part, d'être daté(à un moment donné, il faut privilégier un certain nombre d'actions) ; il est d'autre part, difficilement envisageable d'être exhaustif.

Participer à la constitution d'un environnement entrepreneurial, c'est pour un émetteur d'environnement, agir avec la plus grande efficacité possible dans la poursuite de finalité(s) précise(s), et ceci dans sa sphère d'influence.

Deux phases sont à distinguer dans cette démarche :

- la définition des finalités et du champ d'action de l'émetteur.
- le choix des actions à mener.

⁶ L'Expansion - 19 octobre 1984 - p. 127

⁷ Op cit. chap XII

A - La définition des finalités et du champ d'action

1 Les finalités privilégiées par les émetteurs.

Quatre catégories d'éléments composent l'environnement de l'entrepreneur⁸. Les émetteurs d'environnement, selon leurs caractéristiques, orienteront leur action vers l'une ou plusieurs composantes de l'environnement. Les finalités d'un émetteur seront donc définies parmi :

- la contribution à la formation d'une attitude entrepreneuriale.
- la participation à l'acquisition d'un rôle d'entrepreneur.
- le développement des ressources et de leur accessibilité.
- la facilitation de l'accès au marché.

Le champ d'action d'un émetteur d'environnement correspond à sa "sphère d'influence" définie par l'espace et/ou les caractéristiques des créateurs potentiels ciblés par l'émetteur.

Ainsi, l'Etat s'intéresse au territoire national et pourra s'adresser à telle ou telle catégorie de citoyens.

Une firme existante pourra être concernée par ses salariés et par la zone dans laquelle, elle s'attribue une responsabilité de conversion.

Dans le tableau ci-après, nous faisons apparaître les finalités privilégiées des différents émetteurs d'environnement. Nous n'avons retenu que les possibilités directes qui s'offraient aux différents émetteurs et non les actions indirectes. Par exemple, les collectivités territoriales, en finançant certaines actions de formation, peuvent intervenir dans l'acquisition du rôle d'entrepreneur.

Ce tableau met en lumière l'hétérogénéité des émetteurs d'environnement dans leur finalités. Cette hétérogénéité apparaîtra également dans la diversité des influences émises et dans leurs motifs d'intervention. Ceux-ci sont à relier étroitement aux champs d'action des différents émetteurs.

2 - Les champs d'action et les difficultés de leur délimitation

La délimitation du champ d'action d'un émetteur d'environnement est d'abord étroitement liée à ses motifs d'intervention. Si, dans une première approche, nous avons noté que l'Etat s'intéressait au territoire national, il n'empêche que toutes les zones ne sont pas traitées d'une manière égalitaire : primes d'aménagement du territoire, pôles de conversion, zones d'entreprises sont des exemples de cette différenciation.

D'autre part, les citoyens ne sont pas tous également concernés par les mesures prises par les pouvoirs publics. L'aide au demandeur d'emploi-créateur d'entreprise est accordée sous certaines conditions ; les fonds d'intervention départementaux s'adressaient, au moment de leur mise en place, aux jeunes créateurs.

⁸ Chapitres VIII et IX

Composantes de l'environnement Emetteurs	Formation d'une attitude entrepreneuriale	Acquisition d'un rôle d'entrepreneur	Développement des ressources et de leur accessibilité	Facilitation de l'accès au marché
Etat	+		++	+
Collectivités territoriales	+		+	
Firmes existantes	++	++	+	+
Médias	++		+	
Système éducatif	++	+	+	
Organisations consulaires et professionnelles	+		+	+
Institutions financières et capitalistes privés			++	
Associations et groupements divers pour la création d'entreprises	+		+	+
Partis politiques et syndicats	+			
Groupes sociaux	++			

Le symbole + indique une adéquation satisfaisante entre l'émetteur et le choix d'une finalité.
++ indique une adéquation très forte.

Ces exemples font apparaître la complexité de définition des champs d'action pour un émetteur particulier. Si nous avons montré que l'action en faveur de la création d'entreprises ne se justifiait que lorsqu'il y avait dysfonctionnement du système de la création d'entreprises, l'analyse de motifs d'intervention et d'effets attendus de celle-ci permet d'affiner cette justification de l'action.

Ainsi l'Etat est obligatoirement intéressé par l'amélioration de la situation de l'emploi. Parmi les modalités permettant d'arriver à cet objectif, la création d'entreprises constitue, nous l'avons vu, une voie tout à fait fructueuse.

Mais les motifs d'intervention peuvent être nombreux dans le cas des mesures citées ci-dessus :

- dans le cas de l'aide au demandeur d'emploi créateur, celle-ci se substitue partiellement dans beaucoup de situations au versement des allocations.

Pour cette aide, comme pour celle accordée aux jeunes créateurs, on peut penser qu'il s'agit d'un investissement rentable. D'un point de vue strictement financier, le "retour sur investissement", sous forme fiscale et para-fiscale, se fera dans un délai relativement court pour l'ensemble des projets aidés (compte tenu des échecs). D'autres aspects peuvent être pris en considération : effets induits des créations d'activités sur les autres entreprises, création d'emplois salariés dans ces nouvelles entreprises, exemplarité des créations...

Une seconde difficulté qui apparaît dans la définition des champs d'action est relative à l'espace et/ou aux caractéristiques des créateurs potentiels ciblés par l'émetteur.

Beaucoup d'émetteurs ont des finalités s'exerçant dans la formation d'une attitude entrepreneuriale. Il s'agira essentiellement de diffusion de valeurs qui présenteront, dans beaucoup de cas, un caractère permissif pour les intéressés.

Ainsi, la C.F.D.T., analysant la "nouvelle demande" sous ses différents aspects (de l'amélioration de l'habitat aux nouvelles formes de distribution), propose des solutions avec une méthodologie de la construction de l'offre. "... en ce qui concerne l'élaboration de solution (l'action syndicale) intervient plutôt comme force de proposition ou de mise en rapport des différents partenaires et des porteurs de projet..."⁹

Il est incontestable que cette position syndicale a des répercussions au-delà du cercle de ses adhérents.

Le champ d'action de cette catégorie d'émetteurs : syndicats, groupes sociaux divers (tels les Eglises par exemple, partis politiques...) apparaît difficile à délimiter. Des prises de position comme celles de Jean Matouk, en 1977, sont vraisemblablement à l'origine de certaines évolutions culturelles, aboutissant à la loi sur l'initiative économique de 1984. En effet, Jean Matouk écrivait : "Le socialisme doit apporter aux hommes la possibilité de créer une entreprise", ajoutant "Fabriquer un produit, mettre en oeuvre un procédé, c'est s'approprier la nature. Le capitalisme a ôté cette possibilité aux salariés ; les socialistes veulent la leur rendre par l'autogestion. Créer une entreprise fait partie de cette appropriation de la nature qu'il faut rendre à nouveau possible ; à la condition qu' elle ne permette pas au créateurs d'aliéner d'autres hommes, mais qu'elle soit un facteur de libération pour tous"¹⁰.

Ayant la volonté d'agir pour contribuer à la constitution d'un environnement entrepreneurial, chaque émetteur définira donc sa ou ses finalités, puis, compte tenu de ses motifs

⁹ "La nouvelle demande" Montholon - Service 1988 - p. 61.

¹⁰ "La Gauche peut sauver l'entreprise" - Editions Ramsay 1977

d'intervention pourra plus ou moins facilement délimiter son champ d'action. Ceci constitue un préalable au choix des actions à mener.

B - Le choix des actions à mener.

Il ne s'agit pas, rappelons le, de dresser un ensemble de propositions d'actions (ou d'absence d'initiative) pour chacun des émetteurs considérés. Il y aurait une quasi-impossibilité d'être complet, et même pour une mesure particulière, des opinions tout à fait opposées peuvent se manifester.

L'exonération de l'impôt sur les bénéfices au cours des trois premières années d'existence est une mesure qui a été fortement appréciée par certains créateurs ayant pu ainsi augmenter leurs fonds propres d'une manière significative, et qui a été appliquée dans les entreprises créées entre le 1er janvier 1983 et le 31 décembre 1986.

Cette disposition a été supprimée : d'une manière générale, les nouvelles entreprises ne réalisent pas de bénéfices, argumentent les détracteurs de l'exonération. Il est donc inutile de prévoir une exonération.

Par contre, pour inciter davantage les personnes physiques à investir en fonds propres dans la création d'entreprises, il leur est proposé à partir du 1er janvier 1987, une "assurance fiscale" : en cas d'échec de la société nouvelle, constaté par l'ouverture d'une procédure judiciaire, les personnes physiques qui ont souscrit au capital pourront déduire de leur revenu la perte en capital subie.

En 1986-1987, une polémique s'est installée entre "ceux qui voulaient encourager le succès des nouvelles entreprises" et "ceux qui anticipaient l'échec", polémique due au fait que "l'assurance fiscale" avait été présentée comme se substituant à l'exonération.

D'une manière plus sereine, on peut penser que le conflit est purement artificiel entre deux dispositions qui ne sont pas exclusives.

Cet exemple illustre bien les difficultés à surmonter si l'on veut s'attacher à présenter des actions à mener et le caractère fastidieux que pourrait avoir une telle présentation. Imaginons une lecture du tableau élaboré précédemment avec une liste d'actions proposées aux intersections composantes de l'environnement/émetteurs. Entre 1983 et 1987, l'A.N.C.E. a fait vingt propositions au gouvernement pour simplifier le dispositif réglementaire et législatif ; le gouvernement a pris 25 mesures pour faciliter l'accès des PME à la commande publique...Cessons cette rénumération d'intitulés et examinons certaines caractéristiques avant d'énoncer des règles pour l'action de l'environnement entrepreneurial.

1- L'environnement entrepreneurial est hétérogène, multiforme et mouvant.

L'hétérogénéité de l'environnement est patente : multiplicité des catégories d'émetteurs avec à l'intérieur d'une même catégorie la possibilité de trouver un grand nombre d'unités n'ayant ni la même volonté, ni la même contribution à la constitution d'un environnement entrepreneurial.

Hétérogénéité des statuts des émetteurs (public, privé, associatif) des motifs d'action (intérêt général, responsabilités sociales, recherche d'avantages...) des décisions se caractérisant par un point d'application plus ou moins important, une influence plus ou moins intense et une durée variable.

L'hétérogénéité de l'environnement a été constatée à une certaine époque ¹¹ montrant l'inexistence d'une orientation des institutions adaptée aux besoins des créateurs. Nous sommes plutôt face à un ensemble complexe d'institutions qui suivent chacune leur propre rationalité et leurs intérêts particuliers. Aux rationalités divergentes, voire contradictoires, des institutions, il faut ajouter la logique propre du créateur d'entreprise qui le conduit à une surestimation de son rôle dans la société et à une perception négative du "fonctionnaire", bureaucrate sans âme, indifférent vis à vis des acteurs "dynamiques". Cela s'exprime en termes d'injustice, malhonnêteté, d'incompétence à l'égard des organismes qui devraient apporter leur soutien à la création.

La superposition de certains mécanismes d'aides (Etat, pour les demandeurs d'emploi, Régions et Départements pour les primes à la création) et la proximité de certains organismes assurant un même accueil, donnent une apparence de foisonnement d'appuis dont l'articulation peut s'avérer embrouillée.

Dans certains cas, "les rivalités à tous les niveaux provoquent des antagonismes qui apparentent l'environnement de l'entreprise à un ensemble de fils enchevêtrés, que même les plus audacieux ne parviennent pas toujours à démêler"¹². Ce qui s'applique à l'environnement de la PMI peut également concerner l'environnement du créateur d'entreprise.

L'environnement entrepreneurial est aussi multiforme. Il ne faut pas s'attarder sur le cadre légal et réglementaire, mais l'allégement des procédures d'enregistrement, par exemple, a été mis en avant comme étant une mesure propre à encourager la création d'entreprises. La suppression des handicaps à surmonter par des nouvelles entreprises est déjà un stimulant pour la création.

Il y a des décisions de la part d'opérateurs qui ont une incidence très concrète sur l'obtention de ressources financières par le biais de primes à la création. L'efficacité de telles primes est d'ailleurs un sujet controversé. S'il est vrai que les primes régionales à la création d'entreprises ont un montant qui ne correspond pas au besoin de financement, ont un caractère incitatif discutable, sont mandatées avec un certain retard, correspondent à un droit pour l'entreprise bénéficiaire et non à un choix d'action économique pour la collectivité, il n'en reste pas moins que ces primes viennent conforter les fonds propres de la nouvelle entreprise.

Des missions nouvelles que s'attribuent des collectivités ou des entreprises, apparaissent. Les collectivités locales sont nombreuses à intervenir pour favoriser la création d'entreprises : fourniture d'infrastructures (terrains viabilisés, services municipaux...), éventail de services dont certains sont encore au stade expérimental ¹³ Des manuels destinés aux collectivités locales ont paru : "Les communes et l'emploi - Les initiatives municipales, les moyens d'une politique locale"¹⁴.et également "L'économie et les emplois - nouveau domaine d'actions des élus locaux". ¹⁵ Certaines entreprises se sont également impliquées dans la constitution d'un environnement entrepreneurial, en pratiquant une politique d'essaimage.

¹¹ J. Arocena "Le Génie et le carnet d'adresses" - Autrement n° 59 "Les Héros de l'Economie" 1984 - pp.182-187

¹² A Buraille - B. Costa de Beauregard op cit p.214

¹³ "Le rôle des collectivités locales en faveur de la création et des activités des petites et moyennes entreprises dans une politique générale de développement endogène" Conseil de l'Europe - Strasbourg 1986

¹⁴ R. Beaunez J. Piétri - Les Editions Ouvrières 1982

¹⁵ J.P Muret - C. Neuschwander - Sibille - Cidet Ten-Syros 1983

Nous avons déjà noté (chapitre précédent) l'apparition d'organisations (France-Initiative, mouvement des Boutiques de Gestion...) qui jouent un rôle original en permettant de rassembler des militants de la création d'entreprise.

Il faut encore noter deux aspects du caractère multiforme de l'environnement entrepreneurial:

- l'apparition de supports spécialisés dans la création d'entreprises (magazines, services télématiques) et d'ouvrages à destination du créateur, rendant ainsi beaucoup plus accessible l'obtention d'informations pertinentes (et témoignant également de l'existence du marché).

- des modifications de l'opinion, certains courants socio-culturels paraissant "plus particulièrement porteurs de composantes des nouvelles voies de développement", notamment l'expression de la personnalité, le déclin du primat économique, le rejet de l'autorité ¹⁶ Pour Alain de Romefort, "la renaissance de l'esprit d'entreprise constitue un fait majeur, une sorte de "séisme sociétal" appelé à bouleverser durablement notre organisation sociale et notre système de valeurs" ¹⁷.

Enfin, l'environnement entrepreneurial est mouvant. Cette caractéristique vient d'être observée. L'explication de cet aspect non-statique est à rechercher d'abord dans les réactions de la part de différents émetteurs à des initiatives prises par d'autres. Ensuite, il faut observer des phénomènes d'imitation, aussi bien de la part des entreprises que des collectivités. Enfin, la création d'entreprises, à un moment donné, devient un thème à la mode et semble donner l'assurance à ceux qui se l'approprient, de se situer sur un courant porteur.

Inter-relations entre des décisions pouvant avoir des formes diverses, prises par un ensemble hétérogène d'émetteurs, caractérisent l'environnement entrepreneurial. Il est nécessaire, pour les intervenants, d'avoir des règles pour l'action.

2 - Des règles pour l'action;

Les propositions de règles pour l'action d'un émetteur voulant participer à la constitution d'un environnement entrepreneurial s'inscrivent à la fois dans le cadre des conditions pour l'action déjà étudiée (chapitre XII - section II) et des développements précédents.

Les décisions à prendre sont caractérisées par trois paramètres : point d'application, intensité et durée. Il s'agira donc pour l'émetteur de recenser les actions possibles (dans ces trois dimensions), dans sa finalité (ou ses finalités) et son champ d'action, en tenant compte de ce que font (ou ne font pas) les autres émetteurs.

Ce recensement des actions possibles pourra utiliser les exemples d'autres régions, ou d'autres pays ; des méthodes de créativité pourront également être utilisées.

Puis, il faudra choisir parmi ces actions possibles, celle(s) qui est (ou sont) le mieux approprié(es) à la volonté de l'émetteur et qui opportune(s) créera (ou créeront) la synergie la plus forte avec les décisions d'autres émetteurs.

Ces règles pour l'action, simples à énoncer ne sont pas toujours - loin s'en faut- faciles à appliquer pour un émetteur particulier : difficultés dans l'analyse d'un environnement

¹⁶ Echange et Projets "Le temps des initiatives". Albin Michel 1983 p. 35

¹⁷ "Promouvoir l'emploi" Editions L'Harmattan 1988 p.25

entrepreneurial, acceptation de l'action des autres émetteurs, subjectivité dans l'appréciation de ces initiatives, difficultés dans l'élaboration de ses propres initiatives...

Un environnement entrepreneurial, équilibré dans ses diverses composantes, peut être à l'origine de nouvelles entreprises. Ceci se trouve vérifié avec les complexes de haute-technologie aux Etats-Unis.

SECTION II - LES COMPLEXES DE TECHNOLOGIE AVANCEE AUX ETATS-UNIS

Deux raisons incitent à étudier les complexes de technologie avancée aux Etats-Unis :

- D'une part, ceux-ci sont tout à fait illustratifs à la fois des conditions de l'action qui ont été énoncées⁴⁸ et de la constitution d'un environnement entrepreneurial. Toute la complexité des relations entre les décisions des émetteurs d'environnement pourra être montrée. Un contexte socioculturel favorable à l'entrepreneuriat, "l'incubation" d'entrepreneurs, le développement des ressources et leur orientation vers de nouvelles activités, la facilitation de l'accès aux marchés, aboutissent, dans certaines combinaisons avec une certaine dynamique, lorsque certains seuils critiques sont dépassés, et avec une volonté des différents intervenants à générer de nouvelles entreprises.

- D'autre part, il est nécessaire d'aller au delà de la réduction du phénomène de la Silicon Valley " à la combinatoire de quatre éléments de base : une université prestigieuse à tendance scientifique ; un parc technologique ; des ressources en capital risque ; une situation géographique et un climat attirants"⁴⁹

Cette présentation doit être relativisée et complétée. Relativisée parce que le phénomène de la Silicon Valley, fortement médiatisé dans les années quatre-vingt, ne doit pas faire oublier que la "route 128", autour de Boston, l'était tout autant dans les années soixante, qu'il y a de nombreux autres complexes de technologie avancée aux Etats-Unis et que plus d'une trentaine de régions aspirent à "devenir de hauts lieux de la technologie dans ce pays"⁵⁰.

"Créez votre Silicon Valley !" Roger MILLER et Marcel COTE⁵¹ étayent leur injonction de certaines conditions à remplir, qui viennent compléter la présentation sommaire des éléments de base précédents.

De tout un ensemble d'ouvrages, d'études, d'articles et de deux séminaires⁵², nous avons identifié neuf facteurs explicatifs de la prolifération d'entreprises de haute technologie dans certaines régions, facteurs pouvant être classés en trois catégories :

- Les conditions de base (des organisations incubatrices, un marché, un contexte socioculturel).
- Des facteurs de croissance (moyens de financement et organismes d'appui).

⁴⁸Chapitre précédent

⁴⁹Guy CORNETTE in "La société de partenariat" op.cit. p.309

⁵⁰Liste établie par G.CORNETTE à partir de "High Technology" - janvier 1987.

⁵¹Havard l'expansion - n° 44 Printemps 1987 p.39-51.

⁵²Organisé par la MICEFA du 17 au 24 mai 1987 - Washington, Maryland, Pennsylvanie. Thème "Transferts technologiques et création d'entreprises".

Organisé par Triade 3 au 8 septembre 1989. Thème "Mobiliser les villes et les régions - l'exemple américain".

- Des facilités et des incitations (aspects immobiliers, attitude des autorités locales et régionales, environnement industriel, cadre juridique et action gouvernementale).

§ 1 Les conditions de base

"Les trois conditions qui aident au démarrage et à la croissance d'entreprises de haute technologie sont les suivantes. La présence d'éléments qui aident la gestation : des sociétés et des laboratoires ou des personnes à l'esprit d'entreprise peuvent apprendre leur métier et affiner leur savoir-faire avant de voler de leurs propres ailes ; la mise à disposition de contrats qui aident ces jeunes sociétés à survivre aux premières années souvent critiques ; et l'apparition de modèles de réussite qui servent non seulement à stimuler l'esprit d'entreprise, mais également à réduire les risques pris par les investisseurs, les fournisseurs et les banquiers auxquels on demande d'aider de nouvelles tentatives"⁵³.

Ces trois conditions minimales sont des forces créatrices qui, lorsqu'elles sont réunies, conduisent avec une forte probabilité au lancement d'une entreprise technologique.

Nous ne reviendrons pas sur l'acquisition du rôle d'entrepreneur étudiée précédemment et sur l'essaimage "spin-off"⁵⁴. Ont été notées les caractéristiques d'une entreprise ou d'une organisation favorisant le "spin-of" :

- Située dans une industrie à croissance rapide, offrant des opportunités de création.
- De petite taille ou rassemblant un ensemble de petites unités.
- Recrutant des collaborateurs ambitieux et compétents
- Enfin, connaissant des crises internes suffisantes pour frustrer des collaborateurs et les mettre en situation de rupture.

Nous allons davantage nous attacher aux deux autres conditions de base : l'accès aux marchés et le contexte socioculturel.

A - L'accès aux marchés

"La physionomie actuelle de la Silicon Valley doit beaucoup aux milliards de dollars injectés par l'Etat (...)" En 1981, 74 % des start up de la Vallée ont obtenu, à un moment ou un autre de leur démarrage, un contrat de recherche public⁵⁵.

L'Etat fédéral ne finance pas seulement la recherche, il est bien souvent le premier client des entreprises technologiques. En garantissant un marché pour les nouveaux produits, l'Etat accélère incontestablement le processus d'innovation et sécurise le nouvel offreur.

Les achats publics ont constitué une demande stable et soutenue pour l'industrie micro-électronique américaine à ses débuts et ont permis à ce marché de se développer... "il est difficile d'amortir des investissements coûteux quand on arrive le premier sur une nouvelle friche, à moins de pouvoir accroître les échelles de production ou soutenir les prix. L'Etat client satisfait ces deux conditions : dans les années cinquante, il a acheté les premiers transistors à une valeur quatre fois plus élevée que le prix moyen ; jusqu'en 1965, il a acquis plus de 70 % de la production américaine de circuits-intégrés. La même opération se répète aujourd'hui avec les diodes à laser ou les circuits ultra-rapides, par exemple"⁵⁶.

⁵³R.MILLER - M. COTE op-cit p.41.

⁵⁴Chapitre IX.

⁵⁵A. AZOUAOU - R. MAGNAVAL "Silicon Valley, un marché aux puces" Ramsay 1986 p.151

⁵⁶A.AZOUAOU - R.MAGNAVAL op.cit p.157

B - Le contexte socioculturel

Pourquoi Philippe KAHN a-t-il créé Borland International aux Etats-Unis ? "J'étais très attiré, par la mystique Silicon Valley et je me suis installé d'abord à San José (...). C'est une vie culturelle différente"⁵⁷.

Français, professeur de mathématiques à Cagnes-sur-Mer, P. KAHN part pour la Californie en 1983. L'entreprise qu'il crée lance, en deux ans, cinq logiciels qui sont tous d'énormes succès.

En août 1984, quatre Français développent à Paris une maquette de système expert. Lors d'un voyage en Californie, ils présentent leur produit à l'inventeur de la souris du Mac Intosh, qui les introduit chez Apple et leur ouvre les portes des sociétés de capital-risque.

En août 1985, alors que le produit n'est pas encore diffusé, ils s'installent à Palo Alto, créent Newon Data, participent à un Salon de l'Intelligence Artificielle, ont d'excellents articles dans la presse et reçoivent leurs premières commandes⁵⁸.

Alain ROSSMAN, créateur d'une société de logiciels alors qu'il était étudiant, quitte la France à 25 ans pour Stanford. Après un MBA, il est recruté par Apple, puis crée avec trois associés américains Radius, société ayant l'ambition de devenir un des premiers fournisseurs de matériels périphériques pour Apple⁵⁹.

D'autres exemples d'Européens allant créer leur entreprise en Californie pourraient être cités. Il seraient "découragés par une culture anti-entrepreneuriale" dans leur pays d'origine, attirés par une atmosphère très libre où ils pourraient donner libre cours à leurs talents⁶⁰. Ainsi l'exemplarité de succès spectaculaires entraîne des Européens à créer leur entreprise en Californie. Ce faisant, ils participent également à conforter ce contexte socioculturel très favorable à l'entrepreneuriat, qui jouera bien évidemment pour les Américains.

§ 2 - Les facteurs de croissance

Deux grandes catégories de facteurs de croissance interviennent :

- L'accès aux moyens de financement et singulièrement l'intervention des sociétés de capital-risque.

La possibilité de recourir à des services proches et particulièrement, aux laboratoires de recherche des Universités.

A - L'accès aux moyens de financement

Trois catégories d'organismes de capital-risque interviennent dans les entreprises nouvelles:

⁵⁷"Un éléphant dans la Silicon Valley" l'Expansion 20 décembre 1985 p. 64-67.

⁵⁸A.S. Vieux "Neurones Tricolores dans la Valley" - l'Expansion 18 avril 1987. p 150-153.

⁵⁹L. TOSCANE " Réussir en Californie" - l'Entreprise n° 19 janvier 1987.

⁶⁰"Silicon Valley"s" New wave of Europeans" International Management, november 1987 p 45-52.

- Des sociétés de capital-risque indépendantes à structure légère et effectif réduit, spécialisées dans des secteurs définis. "Les idées nouvelles exploitées par le capital-risque doivent se concrétiser immédiatement par un produit commercialisable. Les marchés doivent être clairement quantifiables et dans la plupart des cas, les canaux de vente déjà existants"⁶¹. Les capitaux proviennent d'investisseurs institutionnels.

- Des sociétés créées par de grands groupes, comme Général Electric ou Olivetti, qui fournissent du "Corporate Venture Capital". Dans le cas d'Olivetti, la volonté d'investir dans les sociétés de haute technologie dans les secteurs de l'informatique et de la bureautique, obéit à deux objectifs :

* Compléter sa ligne de produits tout en évitant la dispersion des efforts de R.D., et utiliser à plein son potentiel commercial, notamment en Europe.

* Avoir une position d'observateur privilégié sur le développement des marchés et produits aux Etats-Unis.

- Les sociétés d'investissement cautionnées par l'administration fédérale, les Small Business Investment Company, qui n'ont pas pour objet privilégié l'intervention dans le capital d'entreprises technologiques. Le nombre de SBIC a fortement diminué (649 en 1964 ; 360 en 1984) et la participation dans des affaires à risque élevé est peu recherchée.

Au total, la somme des fonds réunis par l'ensemble des sociétés de capital risque s'élevait en 1985 à 16 milliards de dollars. Trois Etats, la Californie, l'Etat de New-York et le Massachusetts bénéficient de plus de 60 % des fonds de capital-risque.

Pour l'année 1985, 4 milliards étaient investis dans des sociétés de capital-risque et "le capital-risque éprouve les limites de son succès"⁶².

D'abord la structure des investissements s'est modifiée. Pour l'ensemble des Etats-Unis, le nombre de prises de participation est passé de 833 en 1982 à 576 en 1984, mais les interventions augmentent dans les sociétés déjà constituées et connaissant certaines difficultés.

Ensuite, on a pu observer une multiplication des fonds de capital-risque, liée à une surproduction et surcapitalisation des sociétés innovantes. Des investisseurs beaucoup trop préoccupés par le court terme, réduisent la période de maturation de la société⁶³ à trois ou quatre ans, au lieu des sept à dix ans nécessaires et introduisent la société en Bourse, sans se soucier de la limite d'absorption du marché.

Les effets pervers de l'encouragement à la création d'entreprises apparaissent : des créations non justifiées par le marché entraînent des départs de cadres d'entreprises existantes, ce qui rend ces dernières vulnérables.

Dans ces conditions, peut-ont présenter l'intervention du capital-risque comme étant un facteur de croissance des entreprises technologiques ?

La réponse est positive : "le capital-risque constitue le catalyseur indispensable de l'innovation" pour AZOUAOU et MAGNAVAL. En effet, le métier de capitaliste-risqueur est irremplaçable.

⁶¹Cegos "Silicon Valley - les ressorts de l'avance Californienne" - Editions Hommes et Techniques - 1984.

⁶²A. AZOUAOU - R. MAGNAVAL op-cit.

⁶³Chap.IX.

- C'est un "éditeur d'entreprise"⁶⁴, c'est à dire quelqu'un capable d'apprécier la personnalité des créateurs et la cohésion de leur équipe, et d'autre part, la connaissance du secteur d'activité considéré.

- Il appartient à un réseau de scientifiques, de techniciens, de chefs d'entreprises... et il est capable de pouvoir évaluer le projet présenté et le marché potentiel auquel il s'adresse. "Tout le monde se connaît plus ou moins, pour avoir travaillé une fois ou l'autre dans la même entreprise, pour avoir des relations communes...Au fil des années, il s'est tissé un vaste réseau de relations d'amitiés, entre les acteurs de Silicon Valley, les Venture Capitalistes, les chefs d'entreprises, les ingénieurs, etc. Par le biais de ce réseau, il devient plus simple de trouver le contact nécessaire, de connaître ce qui se fait de nouveau, etc. Les Venture Capitalistes, par exemple, siègent aux Conseils d'Administration des sociétés qu'ils ont financées. Il est fréquent qu'ils suivent ainsi un grand nombre d'entreprises, ce qui facilite l'échange d'informations, améliore la connaissance du marché.

Un exemple : la création d'APPLE, Steve JOBS, qui travaillait chez Atari, est venu me voir. Je l'ai mis en relation avec Don Valentine, un fameux Venture Capitaliste avec qui j'ai travaillé chez National Semi Conductor. Lui-même était l'un des premiers investisseurs dans Atari. Don a envoyé Steve à Mike MARKULA, désormais chez Venrock, entreprise de venture capital de Rockefeller et ainsi de suite... En circulant sur ce réseau informel, Apple a pu naître "⁶⁵.

- Le capitaliste-risqueur accompagne la nouvelle entreprise dans toute la phase de démarrage, la faisant bénéficier de son expérience et de son réseau.

La force essentielle du capital-risque américain réside dans sa souplesse de gestion, dans sa rapidité de décision (à l'exception des SBIC), dans la taille réduite des équipes. Ses limites se trouvent dans les effets pervers évoqués ci-dessus.

B - Le rôle des Universités et le recours aux services spécialisés

Le créateur d'entreprise technologique bénéficie du support de sociétés de services spécialisées aussi bien dans le domaine de la prestation de services courants que dans le domaine du conseil.

L'exemple de Jean-Marie MONIN, français créant à la fin des années soixante dix ALPHA Products, spécialisée dans les extensions pour micro-ordinateurs et localisée près de New-York, est révélatrice de la possibilité d'utilisation d'un ensemble de services, l'amenant à fournir 50000 clients dans plus de cinquante pays, avec seulement huit salariés et "en ayant fait table rase de toute paperasse"⁶⁶. La gestion du personnel est sous-traitée, l'expédition des produits est confiée à un service postal privé, la gestion est assurée par un comptable extérieur...Alpha Products a réalisé un million de dollars de chiffre d'affaires en 1987, en "sous-traitant l'intendance".

L'activité de conseil, quant à elle, est très répandue aux Etats-Unis et son intervention beaucoup plus développée qu'en Europe. Concentrée dans les zones de hautes

⁶⁴Pour reprendre d'expression d'A. LE THOMAS, PDG, de Profinance

⁶⁵Régis Mc KENNA cité par Régis BARMA "Silicon Valley : couleur dollar" Industries et Techniques 20.1.84 p. 158-164

⁶⁶Cl. BARJONET "Un entrepreneur-minute" l'Expansion 15 mai 1987 - p. 104-107.

technologie, cette activité de conseil constitue un appui fondamental aux nouvelles entreprises ne pouvant employer un personnel équivalent. Il existe approximativement un millier de sociétés de conseil indépendants, dont 20 % se consacrent exclusivement au secteur de l'électronique, favorisant trois types de prestations : le service en recherche-développement, gestion ou marketing, l'analyse financière et technologique, le conseil en ingénierie. Dans la Silicon Valley, les nouvelles entreprises utilisent essentiellement les deux premières catégories de prestations, l'analyse technologique leur permettant d'appréhender les évolutions de leur secteur. D'une manière plus générale, "tous ceux qui, à un moment donné ou un autre, interviennent dans le processus d'innovation, utilisent les consultants qui peuvent coordonner des résultats de recherche, des données industrielles, des projections financières et commerciales. Seule l'industrie du conseil assure une fonction de veille technologique et d'échange transversal d'information, entre des disciplines apparemment étanches"⁶⁷.

Les Universités jouent un rôle important dans la création et le développement d'entreprises technologiques avec leurs activités de transferts de technologies et d'assistance au développement des entreprises, utilisant pour cela, trois catégories d'outils :

- Les "Small Business Development Centers", basés dans 45 Universités, rassemblent les ressources des programmes locaux, de l'Etat et du Gouvernement fédéral, du secteur privé et de l'Université. Ils dispensent une assistance technique et au management, assurent un conseil personnalisé et une formation adaptée. Ces services s'adressent à des créateurs et des responsables de petites entreprises.

- Les "Advanced Technology Centers", centres de transfert de technologie et d'assistance technique aux entreprises. Ils offrent aux entreprises locales des services tels que conseil en brevets, conseil technique, aide à la valorisation. Ces centres peuvent avoir des activités variées : assistance à la détermination de la viabilité commerciale d'un nouveau produit ; assistance au transfert de technologie pour les entreprises et pour les Universités.

- Les incubateurs, ou pépinières d'entreprises spécialisées, et les parcs scientifiques qui seront présentés ci-après.

Il est difficile de séparer ce qui est strictement du domaine scientifique et technologique des autres composantes de l'innovation : gestion du développement, marketing, aspects financiers... L'assistance au développement économique des projets ou des entreprises se fera dans ces différents domaines avec une constante préoccupation de viser les marchés étrangers, et en relation avec des investisseurs.

Ainsi, le transfert de la technologie est envisagé dans une perspective très globale. Le concept de transfert de technologie est lui-même très large. La technologie innovante, qu'il faut aider à transférer est tout ce qui est nouveau pour l'utilisateur, cette technologie pouvant être issue de la R.D. ou d'une technologie banalisée. Trois niveaux peuvent être distingués :

- La diffusion d'informations. C'est la composante la plus faible du transfert de technologie, qui ne peut donner, utilisée seule, de résultats satisfaisants.

- Le second niveau consiste à offrir la possibilité aux entreprises de recourir, pour trouver la solution à des problèmes spécifiques, aux compétences des laboratoires universitaires. Ces services d'assistance au développement technologique peuvent être classés en deux catégories : le diagnostic et l'intervention ponctuelle (généralement gratuits)

⁶⁷A. AZOUAOU et R. MAGNAVAL op-cit 147.



de conseillers technologiques de l'Université et la prestation de services plus complexes et rémunérés à la demande des entreprises clientes.

- Le troisième niveau, le plus ambitieux, vise à transformer des idées, recherchées systématiquement dans les laboratoires des Universités, en produits commercialisés.

Cet aspect du transfert de technologie présente plusieurs difficultés dans sa mise en oeuvre: protection des idées nouvelles, prise en compte des intérêts des divers intervenants dans le processus (chercheurs, laboratoires, entreprises) et, partenariat nécessaire entre ces divers intervenants.

Les Universités doivent jouer un rôle très important : "c'est dans nos Universités, parmi les meilleures du monde que se trouve la clef du renouveau industriel américain. A une condition : savoir passer, aussi vite que nos concurrents, du stade de la recherche à celui du marché", déclarait un responsable universitaire américain.

Tous les complexes de haute technologie se caractérisent par un dynamisme de la synergie université-entreprise, dont il faut noter deux aspects :

- le futur diplômé qui assure le lien fondamental entre l'industrie et l'université. Dans certaines régions, l'attraction des entreprises est telle que beaucoup d'étudiants arrêtent leurs études avant le doctorat ; en électronique et en informatique, des universités doivent avoir recours à un recrutement étranger.

- Le professeur, "charnière de la relation université-entreprise, est de plus en plus impliqué dans le secteur privé. Une étude récente de la National Science Fondation montre qu'aux Etats-Unis, un professeur sur vingt cinq, dans les disciplines scientifiques, est partenaire majoritairement d'une société de pointe. Cette proportion a triplé en six ans. Si un nombre de plus en plus élevé de chercheurs brillants mettent ainsi leurs qualités intellectuelles au service de l'industrie et de sa stratégie commerciale, ils en tireront personnellement un avantage financier certain, mais la recherche fondamentale, en revanche, pourrait en souffrir"⁶⁸.

§ 3 - Les facilités et les incitations à la création et au développement d'entreprises technologiques

Quatre catégories de facteurs interviennent dans cette dernière composante de l'environnement entrepreneurial :

- L'environnement industriel.
- Les aspects immobiliers.
- L'attitude des autorités locales et de l'Etat.
- Le cadre légal et l'action gouvernementale.

A - L'environnement industriel

L'importance de l'environnement industriel peut être envisagée de plusieurs points de vue :

⁶⁸A. AZOUAOU - R. MAGNAVAL ip-cit p.106

- En favorisant le transfert de technologie. Par exemple, dans les années cinquante, la société A.T.T. a pu favoriser le transfert de technologie de trois façons différentes :

* En permettant l'accès à des tarifs intéressants pour l'achat de licences de fabrication de smi-conducteurs.

* En organisant les premiers symposiums sur les semi-conducteurs.

* En adaptant une attitude conciliante à l'égard de cadres scientifiques voulant quitter la société.

- En facilitant la création d'entreprises. Ainsi A.T.T. a pu faciliter la création d'entreprises, notamment par le jeu des éléments précédents. Entre 1952 et 1959, vingt neuf sociétés se sont constituées fournissant sous licence A.T.T. plus de 60 % de la production américaine.

- En établissant des relations d'affaires avec les nouvelles entreprises, aussi bien comme client que comme fournisseur.

- En contribuant à l'inhibition des freins à la création et à l'innovation : c'est le contexte socioculturel déjà évoqué.

- En encourageant la fertilisation croisée par la diffusion intersectorielle des savoir-faire techniques..

B - Les aspects immobiliers

Historiquement, deux phases marquent l'évolution des émetteurs d'environnement pour favoriser l'implantation d'entreprises technologiques. Il y a d'abord eu l'apparition de parcs scientifiques, puis d'incubateurs.

- Les parcs scientifiques.

En 1951, l'Université de Stanford décide de créer un lieu d'accueil pour des entreprises se spécialisant dans l'électronique. Le "Stanford Industrial Park" accueille en 1951 trois sociétés : Carian, Hawlett Packard et le laboratoire de recherche de Lockheed. Sept entreprises s'y installent en 1955, trente deux en 1960, soixante dix en 1970. En 1984, le Stanford Industrial Park était devenu un ensemble industriel de recherche d'une centaine d'entreprises (employant plus de 2 500 personnes) et ayant incontestablement joué un rôle moteur dans le développement du phénomène de la Silicon Valley.

Depuis les années cinquante, les parcs scientifiques se sont développés dans l'ensemble des Etats-Unis. Tous n'ont pas la taille du parc de Stanford : l'Ann Arbor Research Park, le M.I.T. Technology Square, le Princeton Forestal Center ou l'Université Science Center de Philadelphie accueillent de 1 000 à 5 000 personnes.

Les objectifs de ces parcs sont identiques : offrir à de nouveaux entrepreneurs des possibilités d'implantation à proximité des services d'une Université à spécialité technologique (chercheurs et enseignants capables d'intervenir comme consultants, diplômés susceptibles d'entrer dans les nouvelles entreprises, services communs des centres de recherche et de l'Université : banques de données, bibliothèques, laboratoires, moyens de calculs...).

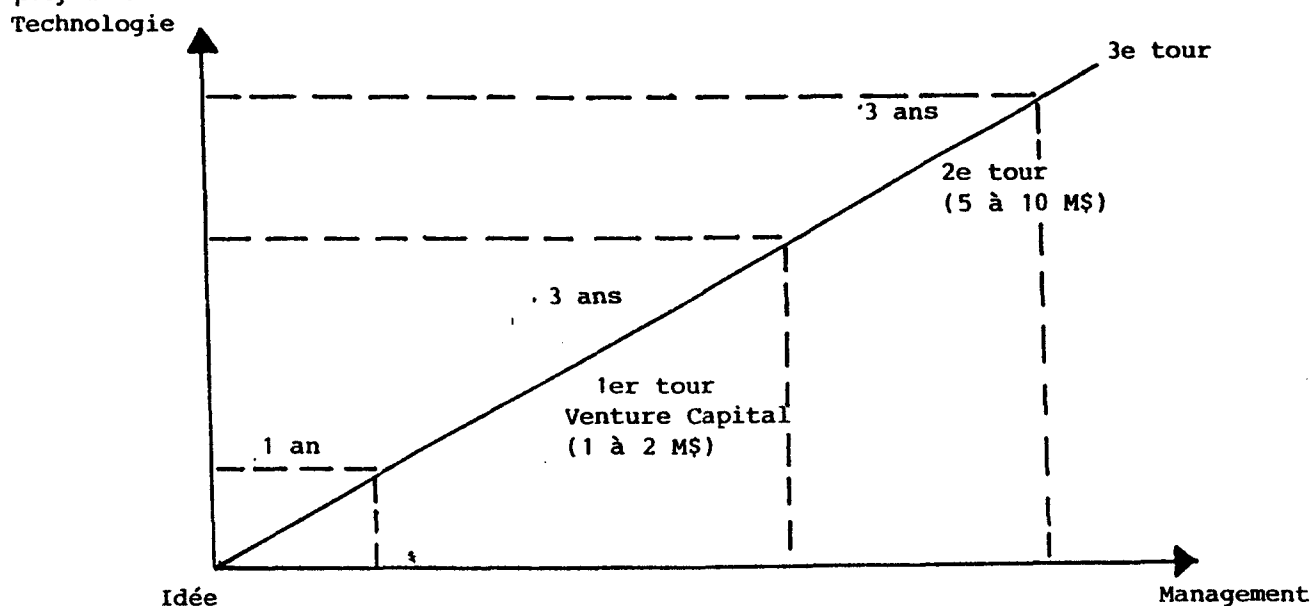
- Les incubateurs technologiques

L'incubateur (traduction "d'incubator") ou pépinière d'entreprises, peut être défini comme un lieu d'accueil pour des créateurs d'entreprises, les faisant bénéficier de services adaptés, afin de soutenir et d'accélérer le processus de développement de nouvelles entreprises.

"En quelque sorte, les incubateurs sont des "usines à produire des entreprises", chaque produit devant être original"⁶⁹

Les incubateurs peuvent être classés en fonction de divers critères : les caractéristiques des services proposés aux créateurs, le statut (public, privé...), le but poursuivi (accueillir des entreprises industrielles ou créatrices d'emplois ou technologiques...), l'organisme pilote (Université, Agence de Développement...), la taille...⁷⁰.

En 1985, on estimait que sur les 200 incubateurs existant aux Etats-Unis, 20 % pouvaient être considérés comme incubateurs technologiques. Les incubateurs technologiques doivent rassembler et combiner les ressources nécessaires aux phases que doit connaître le projet.⁷¹



A partir d'une bonne idée autant que possible brevetable (ou déjà brevetée et qu'il faut mettre au point), il faut combiner des ressources technologiques, managériales et financières pour qu'une nouvelle entreprise en biotechnologie puisse naître et se développer :

- La première phase de mise au point du projet ne peut excéder un an et nécessite en moyenne un financement de 150 000 \$, qu'il faut se procurer sous forme de "seed money".

- La seconde phase de démarrage de l'entreprise, dure en moyenne trois ans et le premier "tour de table" de capitalistes risquer doit rassembler au moins un million de dollars.

- La troisième phase de développement nécessite un second tour de table des intervenants financiers.

⁶⁹J.L. MOYNOT "Technologie et New Business aux Etats-Unis" GIP mutations industrielles

⁷⁰Pour une typologie des pépinières d'entreprises en France, voir "les pépinières d'entreprises" ANCE - 1989.

⁷¹Ray QUINLAN, Directeur du Worcester Biotechnology Incubator. Document ANCE. "Les incubators du Nord Est des Etats-Unis" 1986.

Dans le cas du Worlester Biotechnology Incubator, ses responsables sont en mesure de procurer les diverses ressources technologiques, managériales, "seed-money" et de préparer les tours de table avec les financiers pour faire naître dix projets par an (pour deux cents candidatures sur la même période).

D'une manière générale, les caractéristiques des incubateurs performants sont les suivants :

- Un accès privilégié à des financements en fonds propres ("seed-money" et "venture/capital").
- Une mixité entre entreprises naisantes, entreprises en développement et entreprises confirmées.
- Une grande flexibilité dans la prestation de services et la durée de location des locaux.
- Une direction assurée par des entrepreneurs expérimentés.

Le poids économique des incubateurs est encore relativement faible, mais leur développement devrait se poursuivre. Selon certaines prévisions, le nombre total des pépinières d'entreprises devrait être de l'ordre de 700 en 1995 ; il est difficile de prévoir si la même proportion (20 %) d'incubateurs technologiques figurera dans ce nombre.

Les promoteurs d'incubateurs peuvent être des Universités qui établissent ainsi une certaine synergie avec leur parc scientifique. Elles peuvent être aidées, dans ce type d'opérations, par les autorités locales et les Etats.

C - Le rôle des Etats et des collectivités locales.

L'intervention des autorités locales et des Etats dans la création et le développement d'entreprises technologiques apparaît dans beaucoup de cas comme conjointe dans les aides non financières à la commercialisation de l'innovation technologique sous forme de participation à la mise en place d'incubateurs et de centres d'assistance technique aux entrepreneurs.

Nous nous attacherons essentiellement au rôle joué par les Etats dans la mesure où leurs compétences sont étendues, leur moyens financiers importants (ils gèrent plus de 40 % du total des finances publiques) et leur volonté d'action généralement affirmée⁷².

1 - Le rôle du système éducatif.

Les Etats disposent de tout un ensemble de moyens qui sont traditionnellement utilisés (subventions directes pour attirer des implantations d'entreprises, allègements fiscaux, garanties d'emprunts...) afin de promouvoir le développement économique. Un Etat comme le Massachusetts a abandonné ce type d'actions, "parce que le résultat final était nul..." et a adopté une stratégie axée sur trois éléments : l'infrastructure publique, la création du capital pour le développement, l'éducation et la formation⁷³.

⁷²Sur ce point, une étude très complète a été menée par J.C. DERIAN et B. LIAUTAUD :

"Le rôle des Etats dans le développement des Industries de pointe" Note de la mission scientifique de l'Ambassade de France à Washington - décembre 1986.

⁷³Catherine STRATTON, Secrétaire d'Etat à l'Emploi pour l'Etat du Massachusetts au Colloque "L'entreprendre avenir de l'entreprise" organisé par les boutiques de gestion Paris - Juin 1988.

"Nous avons découvert peut-être avec un peu de retard que - plutôt que dans les briques et le mortier, plutôt que dans le capital et les facilités fiscales c'était dans notre main d'oeuvre avec ses savoir-faire et sa capacité d'adaptation, que se trouvait la clé de notre compétitivité sur les marchés nationaux et mondiaux". A partir de ce constat, une approche nouvelle prenant en compte à la fois l'éducation, la formation et l'emploi, aboutissait à la mise en place d'un système caractérisé notamment par :

- La volonté de faire des programmes d'éducation et de formation, une composante centrale de la politique économique, dépassant ainsi les seuls objectifs sociaux.
- La volonté de créer un service complet, facile d'accès avec des options multiples permettant des choix véritables pour les individus
- La volonté d'ouvrir le système à tout individu confronté à des problèmes d'emploi, quelque soit son statut professionnel ou ses revenus.

La mise en oeuvre de cette politique exige, pour C. STRATTON, deux conditions qui sont difficilement remplies : le décloisonnement des administrations et un partenariat véritable entre les élus, les chefs d'entreprises, les syndicats, les enseignants,...

Selon une enquête menée par le Département de l'Emploi de l'Etat de Californie, 95 % des industriels considèrent que la qualification à tous les niveaux et dans tous les domaines est leur premier paramètre de choix. Dans l'explication du succès de la Silicon Valley, la formation supérieure, au sens large, joue un rôle important. L'Etat de Californie subventionne l'Université d'Etat (et ses neuf campus). Font également partie du système public d'enseignement universitaire les "community collèges" et l'université de Californie (qui emploie plus de 14 500 personnes), dont quatre des neuf campus et deux laboratoires nationaux de recherche sont situés dans la région de San Francisco.

A côté de l'Université privée de Stanford, il y a donc un système public d'Etat d'enseignement supérieur qui assure la formation des cadres et des ingénieurs. 40 % des salariés de la seule région de San Francisco ont suivi un enseignement de collège universitaire pendant au moins quatre ans (20 % pour l'ensemble de la Californie). Cette caractéristique "explique en partie la souplesse d'adaptation des industries locales et ses performances meilleures, en matière de productivité, par rapport à celle des autres Etats de l'Union⁷⁴.

D'une manière générale, 78 % des étudiants fréquentent des établissements d'enseignements supérieurs publics aux Etats-Unis, mis en place dans la quasi-totalité des cas à l'initiative des Etats et très largement financés par eux.

2 - Les actions en faveur de l'innovation et du développement technologique.

Pour J.C. DERIAN et B. LIAUTAUD, deux grandes catégories d'actions sont menées par les Etats afin de promouvoir l'innovation et le développement technologique :

- Les aides à la commercialisation de l'innovation qui passent, soit par des actions précédemment évoquées (assistance au développement d'entreprises et encouragement des transferts technologiques par les Small Business Development Centers, Advanced Technology Centers, Incubateurs...) et auxquelles les Etats comme les collectivités locales participent financièrement, soit par des investissements directs dans les petites entreprises.

⁷⁴A. AZOUAOU - R. MAGNAVAL op.it.p 80.

Ces programmes d'investissements directs sont de trois types :

- * Les Corporations for Innovation Development (C.I.D.) prennent des participations en capital et fournissent des prêts pour des opérations de démarrage d'entreprises.
 - * Les caisses de retraite (State Pension Funds) sont autorisées dans certains Etats à investir 5 % de leur portefeuille dans desancements d'entreprises.
 - * Le capital-risque d'Etat peut prendre deux formes : fonds de Venture Capital alimenté par des finances publiques ou déductions fiscales pour favoriser la formation de fonds de Venture-Capital privé.
- Les aides à la recherche développement qui peuvent se faire par la participation des Etats au développement des parcs scientifiques, par des subventions à des projets de recherche appliquée, à des laboratoires ou des firmes localisées dans l'Etat et par la participation à ces centres coopératifs de recherche universités-industries.

Certains de ces centres sont développés de manière indépendante par les universités et les entreprises, mais bénéficient très souvent de concours financier des Etats.

D'autres centres sont créés à l'initiative des Etats, comme le "Centre d'Excellence" du Massachusetts, chargé de favoriser le développement économique en stimulant l'émergence de nouvelles technologies et d'applications originales de technologies existantes.

"Dans leur apparente diversité, les initiatives des Etats partagent un certain nombre de caractéristiques :

- 1) Une volonté politique très forte de favoriser la renaissance industrielle. Il n'est pas rare que la recherche développement et les transferts de technologies se prolongent par des missions de développement industriel et que la création d'emplois ou d'activités soit le maître-mot.
- 2) Un souci d'efficacité que symbolise l'action conjointe avec les acteurs partenaires que sont l'Université et l'industrie.
- 3) Une pratique d'optimisation des potentialités du tissu industriel ou des centres de recherche existants. "On ne crée rien ex nihilo. On économise ainsi temps et argent"⁷⁵.

Quelle est l'efficacité de l'action des Etats dans la création et le développement d'entreprises technologiques ?

Il est difficile d'évaluer les résultats des décisions prises par les Etats, notamment parce que l'on manque du recul nécessaire et que le choix des indicateurs d'évaluation est délicat.

Cependant, on peut observer que la "High Tech" américaine tend à se disperser sur une part croissante du territoire. C'est une des conclusions importantes de l'étude de J.C. DERIAN et B. LIAUTAUD, qui soulignent également trois points positifs dans les résultats des actions des Etats :

⁷⁵B. ROCHE "Les Initiatives des Etats" in "La société de partenariat" op-cit. pp 269-278.

- Au delà de leur effet de levier, permettant la mobilisation d'autres crédits publics ou privés, les financements des Etats s'appliquent à des projets industriels ou de recherche efficaces pour favoriser l'apparition ou le développement d'une dynamique locale de la haute technologie. Les projets, rappelons-le, sont liés aux potentialités du tissu industriel et sont menées en partenariat avec les milieux universitaires et économiques.

- Les interventions des Etats se distinguent par leur nature des financements fédéraux pour la recherche, consacrés en grande partie à la recherche fondamentale et des financements militaires ; en finançant la recherche appliquée, les Etats participent à la dynamique de la croissance de la haute technologie.

- "En privilégiant la création et la croissance de petites firmes de High Tech, les initiatives des Etats en faveur de l'innovation n'ont qu'un faible impact immédiat sur la croissance économique régionale mais sont porteurs d'avenir" (J.C. DERIAN et B. LIAUTAND). En effet, c'est dans le foisonnement d'entreprises technologiques nouvelles que se situera une des dimensions de la compétitivité américaine.

D - Le cadre légal et l'action gouvernementale

L'intervention gouvernementale dans le domaine des industries de pointe est motivée, et cela est clairement affiché, par la volonté de maintenir le leadership économique mondial des Etats-Unis. Compétitivité, création d'emplois, croissance économique sont les objectifs de la politique économique américaine. Une autre préoccupation du gouvernement fédéral, qui elle est davantage discrète, est de maintenir une suprématie militaire, en équipant la dépense américaine d'équipements toujours plus sophistiqués.

Le rôle des commandes de l'Etat fédéral dans le démarrage des entreprises technologiques a déjà été noté. D'une manière indirecte, l'Etat favorise également la création et le développement d'entreprises technologiques en accordant des avantages fiscaux aux investissements dans la capital-risque et dans les fonds communes de recherche-développement, en ayant créé (en 1953) la Small Business Administration, dont l'un des buts est de favoriser la création d'entreprises. La SBA est l'un des partenaires des Small Business Development Centers.

Dans le domaine de la haute technologie, l'Etat fédéral agit également directement, par le biais de l'aide à la recherche et de la mise en oeuvre des programmes de transferts technologiques.

"Aucun pays ne rivalise avec les Etats-Unis pour le volume des ressources consacrées à la recherche et au développement technologique"⁷⁶. Avec une dépense totale de 96 milliards de dollars en 1984, 106 en 1985, les Etats-Unis demeurent très largement en tête des pays industrialisés (le Japon a consacré 31 milliards de dollars en 1984 à la R.D.). 47 % des dépenses de R.D. étaient financées par le Gouvernement Fédéral (en 1983) situant les Etats-Unis au second rang mondial : le gouvernement du Royaume-Uni finance 50 % des dépenses de R.D., les gouvernements de la R.F.A., de la France et du Japon respectivement 42 %, 38 % et 27 %⁷⁷.

Accompagnant cet effort de financement de la recherche, le "Small Business Innovation Act" de 1982 oblige onze grandes agences ou administrations fédérales à consacrer un

⁷⁶J.C. DERIAN "La haute technologie américaine : ressorts et stratégies" Futuribles juillet-août 1987 p 47-81.

⁷⁷J.C. DERIAN Op-cit. p. 57.

pourcentage de leurs budgets de R.D. aux petites entreprises de haute technologie, dans le cadre du programme SBIR ("Small Business Innovation and Research").

Sont concernées par le programme SBIR : le Département de la Défense, le Département du Commerce, la National Science Foundation, la NASA dont le budget de recherche dépasse 100 millions de dollars. Ces organismes doivent réserver 1,25 % de leur budget aux petites entreprises technologiques (ce qui représentait en 1987, environ 12 milliards de dollars pour l'ensemble des budgets concernés).

Les buts du programme SBIR sont notamment de stimuler l'innovation technologique, de permettre aux petites entreprises d'utiliser des moyens de recherche financés par le gouvernement fédéral et de favoriser la commercialisation d'innovations issues de cette recherche.

Chaque agence ou administration est responsable de la mise en oeuvre du programme pour ce qui la concerne. Elle précise chaque année, par "appel d'offres" en annonçant les thèmes et sous-thèmes sur lesquels elle veut passer des contrats et en remettant un "sollicitation document" aux entreprises intéressées. Il faut noter que des personnes physiques peuvent postuler au programme à condition de s'engager à créer une entreprise.

Le programme comporte trois types de contrats pouvant se succéder pour une même innovation :

- Pour l'étude faisabilité (phase I), le contrat ne peut porter que sur 50 000 dollars maximum et sa durée ne peut excéder six mois.

- Pour le développement de l'innovation (phase II), la durée est limitée à deux ans et le montant des dépenses à 500 000 dollars.

Enfin, si le développement aboutit à une production possible (phase III), deux éventualités peuvent se présenter : l'Etat Fédéral devient client de l'entreprise (contrats hors programme SBIR) ou la commercialisation sur le marché se fait sans l'intervention financière fédérale.

Dans le cas de la NASA, 15 thèmes et 122 sous-thèmes étaient proposés en 1987. Sur 4 688 projets déposés en quatre ans, (1 628 en 1986), 551 ont été retenus en phase I et 214 en phase II pour des montants proches des plafonds autorisés (50 000 et 500 000 dollars). Une centaine de projets arrivaient (en mai 1987) en phase III.

De l'ensemble des décisions prises par les pouvoirs publics aux Etats-Unis (Etats et gouvernement fédéral) trois catégories de conclusions peuvent se dégager :

- Dans un pays ayant une image de libéralisme et de non-interventionnisme dans les affaires économiques, on peut être frappé par le volontarisme politique et par l'importance et la diversité des actions en faveur de la création et du développement d'entreprises technologiques.

- Le pragmatisme des opérateurs leur fait rechercher l'efficacité, par l'application des techniques managériales pratiquées par les entreprises et par la prise en compte de l'analyse d'une situation économique et sociale à un moment donné.

- La pratique du partenariat est liée aux deux observations précédentes et est apparue tout au long de notre analyse des complexes de technologie avancée avec l'imbrication des différents facteurs explicatifs. Pour certains, la mise en oeuvre du

partenariat dans le domaine de la recherche, du développement, de l'innovation et de la création d'entreprises technologiques préfigure une forme d'économie mixte aux Etats-Unis.

A l'issue de cette analyse des différents facteurs nécessaires à la constitution de complexes de technologie avancée, il est intéressant d'étudier la dynamique de développement d'un tel complexe.

A partir des exemples cités, la croissance d'une agglomération technologique apparaît comme étant le résultat d'un ensemble d'interactions, d'une sorte d'auto-catalyse entre des pôles (environnement économique, universités et laboratoires, entrepreneurs potentiels, capitaux à risque) reliés par des réseaux de communication et d'échanges, aboutissant à la création d'entreprises technologiques.

Il faut également noter la présence d'effets cumulatifs dans le modèle présenté ci-après : la première (ou les premières entreprises) créée(s) connaîtront les difficultés aussi bien pour se procurer des capitaux que dans l'environnement économique pour trouver une offre adaptée. Si une masse suffisante d'entreprises parvient à se constituer, le développement du complexe se poursuivra, à un rythme plus ou moins rapide, compte tenu de différents facteurs : secteurs d'activité dominants du complexe et relations avec les commandes de l'Etat, actions des Etats, développement des sources de capitaux à risques...

L'exemple de l'industrie des semi-conducteurs fait apparaître trois vagues de créations, séparées par des périodes de 12 à 15 ans vagues chaque fois plus importantes ayant pour conséquence, une concurrence accrue⁷⁸.

La Route 128 et la Silicon Valley représentent des réussites dans le processus de création et de développement des complexes de haute technologie. D'autres réussites comparables existent, allant de quelques dizaines d'entreprises et quelques milliers de personnes (Ann ARBOR) à plusieurs milliers d'entreprises et plusieurs centaines de milliers de personnes (Washington -Baltimore)⁷⁹.

Dans le modèle de développement d'une agglomération technologique présenté ci-après, la dynamique de constitution d'un environnement entrepreneurial apparaît d'une manière implicite dans les relations s'établissant entre les entreprises et le marché, dans l'établissement et la facilitation de fonctionnement des réseaux de communication et d'échanges et dans l'exemplarité de la création d'entreprises.

L'environnement entrepreneurial se constitue par des actions volontaires des différents intervenants et génère, sous certaines conditions, des créations d'entreprises.

La frontière que nous avons établie entre constitution d'un environnement entrepreneurial et programmes d'actions entrepreneuriales peut paraître parfois un peu arbitraire (par exemple, dans le cas des procédures "SBIR" pouvant relever d'un programme d'actions entrepreneuriales). Néanmoins, l'approche globale des deux démarches diffère fondamentalement⁸⁰.

⁷⁸"L'industrie des semi-conducteurs" - Le progrès technique n° 1 - 1987.

⁷⁹J.L. BASSAN "Etats-Unis : les infrastructures de l'innovation" - Politique industrielle - automne 1987 p 217.222

⁸⁰Les spécialistes de marketing, par analogie avec les techniques promotionnelles, parleraient de tactique "push" dans le premier cas et "pull" dans le second.

- Dans le cas de la constitution d'un environnement entrepreneurial, il s'agit d'inciter des individus à créer une entreprise.

- Dans le cas des programmes d'actions entrepreneuriales, il faut attirer des individus vers ces programmes.

⁸¹ H. DESMOUTIER op. cit.

CHAPITRE XIV - LES PROGRAMMES D'ACTIONS ENTREPRENEURIALES

Un programme d'actions entrepreneuriales est un plan d'actions coordonnées, étalées dans le temps, cohérentes, visant à aboutir à des créations identifiées parce que s'adressant à un segment d'une population.

Les différences entre modalités d'intervention visant à la constitution d'un environnement entrepreneurial et programmes d'actions entrepreneuriales peuvent être rassemblées dans le tableau ci-dessous :

	PROGRAMMES D'ACTIONS ENTREPRENEURIALES	INTERVENTIONS VISANT A LA CONSTITUTION D'UN ENVIRONNEMENT ENTRE- PRENEURIALE
PUBLIC CONCERNE	Segment de population	public indifférencié
INTERVENANTS	Unique (ou coordination de plusieurs intervenants)	Multiples
CONTACT AVEC LE CREATEUR	Existant	Inexistant
CONTROLE	Possible	Difficile
EFFICACITE	Mesurable	Difficilement mesurable

En ce qui concerne le public visé, nous verrons que les critères de segmentation peuvent être nombreux : géographiques, d'activité au moment de l'élaboration du projet (étudiant, demandeur d'emploi, salarié...), d'âge (programmes destinés aux jeunes)... Un critère retiendra particulièrement notre attention : celui du type d'entrepreneur auquel le programme s'adresse. En effet, nous montrerons que les programmes axés sur le développement local concernent particulièrement le "craftsman entrepreneur", alors que les programmes de développement régional s'intéressent aux "opportunistic-entrepreneurs" ¹.

Quant aux intervenants - s'ils peuvent être nombreux - il est nécessaire que leurs actions soient coordonnées, et ceci apparaîtra ultérieurement. Les autres éléments de différenciation des P.A.E (programmes d'actions entrepreneuriales) seront également exposés ci-après. Mais auparavant, deux précisions s'imposent :

¹ Chapitre VII

* Si les exemples de P.A.E sont nombreux et ont pu être développés déjà dans les années 70, il faut que ceux-ci soient analysés et situés dans leur contexte, avant de générer d'autres programmes. En effet, une partie des travaux du Colloque International sur l'Entrepreneuriat et le Développement de l'Entreprise ² tenu en 1975 a été consacrée à la présentation de programmes mis en place dans plusieurs pays sous développés (Inde, Salvador, Ghana, etc.), mais aussi dans certaines régions des Etats-Unis - A. SHAPERO ³ a rendu compte d'actions entrepreneuriales pour susciter la création d'entreprises technologiques dans la région des Ozarks. D'autres exemples peuvent être cités, notamment le programme d'action et de coopération concernant les initiatives locales de création d'emplois soutenu par l'O.C.D.E. ou des programmes beaucoup plus spécifiques comme les "Opérations de Détection et d'Accompagnement de Créateurs d'Entreprises" (ODACE) mis en oeuvre par l'A.N.C.E. en France.

* Les intervenants, malgré une bonne volonté dans leur démarche et une finalité affichée dans leur action (bien souvent la création d'emplois) se doivent de tenir compte des conditions pour l'action déjà énoncée ⁴ :

- une connaissance des informations pertinentes pour l'action envisagée. Il faut, et c'est une évidence, que l'action soit nécessaire.

- l'élaboration d'un véritable plan : quelques mesures incohérentes peuvent avoir des effets pervers durables.

- la prise en compte des contraintes inhérentes à ce type de programme : limites quant aux modalités et surtout la dimension temporelle pour l'obtention de résultats tangibles.

Les caractéristiques générales des P.A.E., présentant une certaine permanence, seront d'abord analysées (Section I). Puis, nous nous attacherons à étudier deux grands types de programmes : ceux axés sur le développement local (section II) et ceux axés sur le développement régional (Section III).

² Project I.S.E.E.D. op. cit.

³ "An Action program for entrepreneurs" Multidisciplinary Research Inc, April 1971, Austin

⁴ Chapitre XIII

Section I : les caractéristiques générales des programmes d'actions entrepreneuriales

Cinq fonctions peuvent être attribuées à un programme d'actions entrepreneuriales :

- le P.A.E. joue un rôle de catalyseur.
- le P.A.E. renforce, d'une manière générale, la viabilité des nouvelles entreprises.
- le P.A.E. peut participer à la recherche de l'opportunité à exploiter.
- le P.A.E. peut intervenir au niveau du financement des projets.
- le P.A.E. peut comporter la création d'outils spécifiques nécessaires à sa mise en oeuvre.

Comment ces différentes fonctions sont-elles assumées ?

Un P.A.E. peut être décomposé en différentes phases :

- recherche des candidats à la création d'entreprise.
- sélection des candidats.
- élaboration du projet.
- réunion des ressources nécessaires.
- suivi de la nouvelle entreprise.

§ 1 - Les fonctions assumées par un programme d'actions entrepreneuriales

Parmi les cinq fonctions citées ci-dessus, les deux premières sont obligatoires et correspondent à ce que l'on peut définir comme des programmes de promotion de la création d'entreprise dans des catégories particulières de la population. Les trois autres fonctions, lorsqu'elles figurent dans un programme, en font un programme intégré d'actions entrepreneuriales.

A - Les programmes de promotion de la création d'entreprise.

S'adressant à un segment de population défini par des critères géographiques (ODACE), d'études (CREATITUDE) ou d'âge, de sexe...⁵, ces programmes remplissent quasiment toutes les phases citées, utilisant les ressources de l'environnement dans un cadre partenarial et sans intégrer la création d'outils pouvant intervenir spécifiquement. Les avantages de ce type de programmes sont évidents :

- relative rapidité de mise en oeuvre.

⁵ "Opération de détection et d'accompagnement des créateurs d'entreprises" est un programme initié par l'A.N.C.E., comme "Créatitude" qui vise à favoriser la création d'entreprises par les étudiants.

- coût relativement modéré.
- souplesse des modalités d'action.
- programmes comportant peu d'inertie, liée à une organisation permanente et pouvant donc intervenir d'une manière temporaire.

Il ne faut cependant pas ignorer les inconvénients inhérents à ces programmes :

- risque de défaillances ou d'une mauvaise qualité d'intervention chez les partenaires.
- absence de certains outils, notamment financiers, dans l'environnement du programme.
- difficulté de contrôle par un opérateur pilote des phases du programme.

Les programmes "ODACE" sont les plus représentatifs (et les plus nombreux à avoir été mis en oeuvre) de ce type de programmes. Les premiers programmes ont démarré en 1985. En mars 1988, 23 sites étaient concernés représentant une population de six millions de personnes. Ces programmes avaient bénéficié du concours de 284 conseillers EGEE⁶ et suscité la création de 2 274 entreprises.

En ce qui concerne le rôle de catalyseur du P.A.E., celui-ci se manifeste de deux manières :

- d'une part, le P.A.E. suscitera l'émergence d'un réseau que l'on peut définir comme un ensemble d'opérateurs intervenant dans le programme d'une façon complémentaire ayant entre-eux des relations plus ou moins formalisées.

Il existe plusieurs réseaux de la création d'entreprises, compte tenu des spécialisations des différents opérateurs au regard des types d'entreprises, des affinités existant entre ces opérateurs, des projets de nouvelles entreprises suivis en commun...

Dans le cas d'un P.A.E. tel ODACE, il y a constitution d'un réseau spécifique autour d'un opérateur pilote, constitution justifiée par la mise en oeuvre du programme.

Dans une recherche approfondie en sociologie, les auteurs ont pu insister sur l'insertion du créateur dans les réseaux, intitulant leur étude " La création d'entreprise : une affaire de réseau"⁷.

- le rôle de catalyseur du P.A.E. se manifestera également à l'égard des créateurs potentiels. Par son existence et par la notoriété qu'il aura pu acquérir, le P.A.E. déclenchera des processus de création et permettra l'insertion des créateurs dans le réseau qui se sera constitué.

En ce qui concerne le renforcement de la viabilité des nouvelles entreprises issues d'un P.A.E., les observations faites, notamment dans le cadre d'ODACE, permettent de l'établir. Ceci correspond d'ailleurs à la logique du P.A.E., dans la mesure où le créateur a mieux maîtrisé l'élaboration de son projet, a bénéficié éventuellement d'une formation, a pu rassembler les ressources nécessaires, s'est inséré dans les réseaux de démarrage et dont l'entreprise a été suivie.

⁶ EGEE : "Entente entre les générations pour l'entreprise et l'emploi", association regroupant des cadres retraités ou pré-retraités qui, bénévolement, assistent les créateurs d'entreprises.

⁷ J. Arocena, Ph. Bernoux, G. Minguet, M. Paul Cavalier, P. Richard - 1981 - op.cit

B - Les programmes intégrés d'actions entrepreneuriales.

Un opérateur - il s'agira presque exclusivement d'une collectivité territoriale (commune, syndicat intercommunal, charte intercommunale, région) - peut vouloir conduire un programme intégré aboutissant à la création d'entreprises.

Ce programme sera également un catalyseur pour les différents réseaux de la création. Mais, il mettra également en oeuvre d'autres fonctions :

- la proposition d'opportunités,
- l'intervention financière,
- la création d'outils spécifiques nécessaires à la mise en oeuvre du programme.

1 - La proposition d'opportunités

Plusieurs approches peuvent être envisagées dans la recherche d'opportunités à exploiter :

- l'approche du développement endogène qui consiste à valoriser les ressources locales ou régionales⁸.
- l'approche en terme d'analyse de marchés, quelles que soient leurs caractéristiques (marchés locaux, régionaux, nationaux, étrangers, marchés de la consommation, marchés des entreprises, marchés publics).
- l'approche orientée vers la notion de pôle de développement avec l'identification d'activités éventuellement motrices⁹.
- l'approche centrée sur l'exploitation d'innovations.

Deux situations sont à distinguer en ce qui concerne l'origine des opportunités :

- les opportunités peuvent être proposées par des offreurs identifiés : entreprises (brevets, franchises...), laboratoires (brevets...), individus (partenariat, brevets).
- les opportunités peuvent être issues d'études : celles menées par l'Association INDICE par exemple, et visant à déceler parmi les produits importés ceux qui pourraient être fabriqués sur le territoire national ; d'autres conduites par une pépinière d'entreprises spécialisées (par exemple, dans les produits alimentaires, à Limerick - Irlande -) et présentant les segments de marché à exploiter.

Dans certains cas, il s'agira pour l'organisme pilote du programme, d'utiliser les résultats d'une étude préalable¹⁰ recommandant un certain nombre d'opportunités à exploiter. Il y a alors volonté d'agir sur la structure productive. Dans d'autres cas, l'organisme pilote sera simplement un organe de collecte, de traitement et de diffusion d'opportunités, sans qu'il y ait une sélection parmi celles-ci, sélection qui conviendrait à la politique de l'organisme.

⁸ Voir section III

⁹ Voir également section III

¹⁰ Par exemple, l'élaboration d'un "Plan Local de Création d'Activités" proposée par l'ANCE.

2 - L'intervention financière

Dans un programme intégré, l'intervention dans le financement des projets peut être prise en compte sous plusieurs aspects :

Le moment de l'intervention :

Nous avons examiné les phases de la création et les modalités de financement ¹¹ Il s'agira de choisir la ou les phases pour laquelle (ou lesquelles) l'intervention sera opportune. Deux remarques peuvent être faites : une intervention en "seedcapital", dans le financement de la phase d'élaboration d'un projet, peut être un facteur d'attractivité du programme. Il est nécessaire, d'autre part, de disposer des possibilités d'intervention en financement dans toutes les phases du projet.

Le type de projet privilégié par le programme :

Il faut pouvoir disposer des moyens d'interventions adaptés aux projets du programme ; pour des "micro-projets" s'intégrant dans une politique de développement local, le prêt d'honneur accordé par une plate forme d'initiative est tout à fait adéquat ; pour d'autres projets, l'intervention d'une société de capital-risque est absolument nécessaire.

La certitude de pouvoir mobiliser les interventions financières nécessaires :

Il s'agit de l'application du principe de cohérence précédemment énoncé ¹². Un programme intégré ne doit pas obligatoirement créer et/ou contrôler tous les organes d'intervention. La mise en oeuvre d'un programme doit s'accompagner de la création des structures de financement adaptées, lorsqu'elles n'existent pas, et des relations suffisamment étroites entre la structure et le programme doivent exister. Il ne peut, par exemple, y avoir de programme de développement local sans plate-forme d'initiative prête à soutenir les projets issus du programme.

3 - La création d'outils spécifiques nécessaires à la mise en oeuvre du programme :

Un programme intégré doit permettre au créateur de rassembler toutes les ressources nécessaires à l'élaboration et au démarrage du projet : financières (ce point vient d'être abordé) informationnelles, humaines, matérielles. Il ne s'agit pas d'entreprendre une description et une classification des divers outils spécifiques, dans la mesure où cette approche risquerait d'être incomplète et très vite obsolète, mais d'énoncer quelques recommandations et de préciser la notion de pépinières d'entreprises.

Deux grandes catégories de préconisations doivent être prises en compte dans un programme intégré :

¹¹ Chapitre IX

¹² Chapitre XII

- l'inventaire des outils existants et le repérage des absences d'outils nécessaires à la mise en oeuvre du programme. Ne seront éventuellement créés que les outils défectueux ou insuffisamment développés : réseaux d'experts (EGEE ou services d'entreprises par exemple), sessions de formation spécialisées, clubs de créateurs d'entreprise...

- la mise en oeuvre du partenariat. Il serait inutile de créer des outils faisant double emploi avec des outils existants lorsque des relations partenariales peuvent s'établir.

Une place particulière doit être faite aux pépinières d'entreprises, pouvant être l'outil d'un programme, ou bien pouvant constituer, dans leur fonctionnement, un programme intégré.

"La pépinière est un lieu d'accueil collectif et temporaire pour de jeunes entreprises offrant des services adaptés aux besoins de celle-ci".¹³

Trois méthodes de classification des pépinières sont proposées :

Pour le stade d'évolution de l'entreprise :

Avant la création de l'entreprise, la pépinière a une fonction d'incubateur. La pépinière peut accueillir au moment de la création ou après la création.

Par le type d'activité :

On peut distinguer les pépinières de haute technologie (spécialisées ou non spécialisées) ; les pépinières accueillant des entreprises du tertiaire et enfin, les pépinières généralistes.

Par le type d'ampleur du programme ou le type d'investisseur :

Ph Albert distingue 3 types de projets :

- les projets collectifs, plutôt publics à faible investissement.
- les projets publics à fort investissement.
- les pépinières privées.

Une pépinière incubatrice choisissant un type d'activité des entreprises accueillies, mettant en oeuvre les moyens internes nécessaires, et rassemblant autour d'elles les outils (structures de financements, réseaux...) devient le creuset d'un programme intégré.

Dans les autres situations, les pépinières doivent bénéficier du concours de programmes extérieurs afin de pouvoir remplir leur rôle.

§ 2 - Les phases d'un programme d'actions entrepreneuriales.

Pour assumer les fonctions précédemment décrites, un P.A.E. peut comporter jusqu'à six phases. En effet, il faut observer que tous les P.A.E. ne prennent pas en compte toutes les phases : un programme tel Créatitudo sera essentiellement axé sur l'élaboration du projet et accordera peu d'importance à la recherche des candidats à la création dans la mesure où ils fréquentent l'Ecole ou l'Université.

¹³ Ph Albert - "Premier forum des pépinières d'entreprises", Sophia Antipolis 12-13 juin 1986

Nous allons essentiellement nous attacher à l'examen des deux premières phases d'un P.A.E. : la recherche des candidats à la création et leur sélection, les autres phases ayant déjà été étudiées, qu'il s'agisse de l'élaboration du projet, de la réunion des ressources nécessaires ou du suivi de la nouvelle entreprise.

A - La recherche des candidats à la création d'entreprise.

La population de créateurs potentiels peut être segmentée au regard de différents critères, afin de délimiter une catégorie à laquelle s'adresse le P.A.E.. Les critères de segmentation peuvent être :

- la situation de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise. Des P.A.E. sont destinés spécifiquement à des étudiants, à des salariés (essaimage), à des jeunes...
- la situation dans la nouvelle entreprise.

La complémentarité des compétences a précédemment été développée avec la constitution d'équipes d'entrepreneurs. Les responsables de P.A.E. peuvent rechercher des créateurs pour occuper une position précise dans la nouvelle entreprise, ou constituer une équipe d'entrepreneurs.

Si les critères opératoires de segmentation sont nombreux, il est intéressant d'utiliser la typologie des entrepreneurs précédemment étudiée ⁸² et notamment la distinction entre "craftsman entrepreneur" que l'on pouvait présenter comme un "porteur de micro-initiative" et "l'opportunistic entrepreneur" que serait "l'entrepreneur prêt à saisir des opportunités" et que l'on peut appeler entrepreneur.

Le porteur de micro-initiative correspond à l'artisan ou au chef de petite entreprise de notre typologie ; l'entrepreneur correspond aux types d'entrepreneur propriétaire et d'entrepreneur manager.

Les caractéristiques des deux grandes catégories de créateurs sont présentées dans le tableau ci-après.

⁸² Chap. XI

LES CARACTERISTIQUES DES DEUX GRANDES CATEGORIES DE CREATEURS

CARACTERISTIQUES	PORTEURS DE MICRO-INITIATIVES	ENTREPRENEURS
Créateur	Forte proportion de demandeurs d'emploi	diplômés de l'enseignement supérieur, cadres, ingénieurs.
Elaboration du projet de nouvelle entreprise	relativement simple	complexe dans beaucoup de cas (prototypes, études de marché...)
Financement de la mise en oeuvre du projet	relativement faible	relativement élevé
Dimension de l'entreprise	faible : quelques emplois au maximum	création d'emplois directs parfois modestes. Effets induits relativement important
Marché visé	local	national et étranger
Potentiel de croissance	nul ou très faible	existant
Localisation du projet	attachement du créateur à son "pays"	contrainte de localisation faible
Structure et appui à la création	doit être proche du créateur sur le plan	porteur de projet mobile : l'accompagnement ne doit pas obligatoirement être proche

Cette dichotomie entre deux grandes catégories de créateurs et son implication en termes d'accompagnement est à l'origine des deux types de programmes d'actions entrepreneuriales qui seront présentées :

- les P.A.E. s'adressant aux porteurs de micro-initiatives et qui compte tenu de leurs caractéristiques, relèvent du développement local.

- les P.A.E. s'adressant aux entrepreneurs, programmes participant au développement régional.

Rechercher des candidats à la création d'entreprises implique la mise en oeuvre de techniques appropriées :

- réunions d'information, adaptées à certains publics, notamment les "prescripteurs"¹⁵ tels les élus locaux.

-actions de type publicitaire : ce sera le "chalutage" des programmes ODACE avec l'utilisation d'annonces dans la presse, à la radio, de campagnes d'affichage...

- l'utilisation des petites annonces et des propositions commerciales.

- les techniques des relations publiques et le concours de la presse.

L'application de ces techniques touche un public plus large que celle des créateurs potentiels et participe à la constitution d'un environnement entrepreneurial. A l'issue de cette phase de recherche de candidats à la création intervient une phase de sélection.

B - La sélection des candidats à la création.

Le terme de sélection peut paraître ambigu et en contradiction avec le principe de liberté d'entreprendre. Il importe donc de bien préciser que la sélection s'applique seulement à l'entrée dans un P.A.E. bien défini, au regard des critères qui lui sont propres.

Cette phase de sélection pourra donc être, dans certains cas, l'occasion d'une information et d'une orientation vers d'autres structures d'accompagnement pour des candidats non retenus par le P.A.E. considéré.

Cette phase de sélection est importante, à la fois pour les candidats à la création et pour les responsables des P.A.E. :

- il est inutile de susciter des espérances chez des candidats qui n'ont pas les capacités requises pour mettre en oeuvre leur projet de nouvelle entreprise. Il s'agit de vérifier la cohérence entre l'idée et le porteur de projet.

- lorsque des P.A.E. comportent des travaux en groupe, les responsables des P.A.E. se doivent d'écarter des candidats qui pourraient avoir une influence néfaste sur l'esprit du groupe.

D'autre part, les P.A.E. sont soumis à des contraintes, notamment financières, ce qui les amène à limiter le nombre de participants et à prévenir d'éventuels abandon en cours de programme. Enfin, les objectifs des P.A.E. sont en général modestes : il vaut mieux aboutir à la création d'un petit nombre d'entreprises viables plutôt qu'à multiplier des entreprises dont l'existence ne pourrait être qu'éphémère.

Au regard de quels critères la sélection doit-elle se faire ?

¹⁵ Personnes pouvant être à l'origine du déclenchement du processus chez un créateur potentiel.

Deux grandes catégories de critères sont à distinguer :

- ceux se rapportant au projet de nouvelle entreprise.
- ceux se rapportant au(x) candidat(s) créateur(s).

Les critères se rapportant au projet de nouvelle entreprise sont :

- l'idée de nouvelle entreprise : certains programmes peuvent s'adresser à n'importe quel type d'activité, d'autres, au contraire, seront très limitatifs.
- le degré d'élaboration du projet, qui peut être nul (programme ne recherchant que des entrepreneurs sans projet) ou au contraire très élevé.
- les moyens financiers à mettre en oeuvre.
- le lieu d'implantation de la nouvelle entreprise.
- enfin, la qualité du projet, telle qu'elle peut être appréciée par les responsables de la sélection, intervient dans tous les P.A.E. où un avant projet doit être présenté.

Il semblerait que les responsables de P.A.E. , d'une manière générale, attribuent un coefficient de pondération relativement faible au projet ¹⁶ valorisant ainsi les critères de sélection portant sur l'individu. cette option est, à notre sens, parfaitement justifiée, s'inscrivant dans notre conception de l'entrepreneur.

En ce qui concerne les critères se rapportant au(x) candidat(s) créateur(s), deux questions se posent :

- Quels sont les critères à prendre en considération ?
- Comment déceler chez les candidats l'existence des critères recensés ?

La réponse à la première question se trouve dans notre chapitre consacré à l'entrepreneur. Celui-ci a des fonctions à assumer et il s'agit d'apprécier les capacités entrepreneuriales des candidats. La typologie des entrepreneurs peut être utilisée dans le cadre de certains P.A.E. s'adressant plus précisément à certaines catégories d'entrepreneurs. Nous avons également noté que des qualités individuelles intervenaient dans la façon d'assumer le statut d'entrepreneurs ; ces qualités peuvent également être considérées comme des critères de sélection.

Lorsqu'il s'agit de constituer des équipes d'entrepreneurs, il faut également tenir compte des critères spécifiques à celles-ci (bonne entente entre les différents membres de l'équipe par exemple).

Certains P.A.E. comprennent des sessions de formation visant à pallier certaines déficiences décelées lors de la phase de sélection.

A la seconde question : comment déceler chez les candidats la correspondance avec les critères retenus, les réponses sont aussi nombreuses que les méthodes employées.

La méthode de l'entretien est particulièrement convenable pour plusieurs raisons :

¹⁶ 30 % par exemple dans le programme cadre d'assistance à la création d'entreprises industrielles dans le cadre de la formation permanente de la F.N.E.G.E.

- plus les critères sont nombreux, plus il est difficile d'apprécier et de synthétiser ; l'entretien est, sur ce point, plus efficace qu'une autre méthode.

- l'entretien avec un jury de plusieurs personnes (jury si possible hétérogène : créateur, banquier, enseignant...) permet d'avoir une appréciation plus globale.

- l'entretien permet de préciser différents points, beaucoup mieux que ne pourraient le faire d'autres méthodes.

En complément de l'entretien, ou s'y subsistant, un questionnaire peut être soumis aux candidats. Deux types de questionnaires sont utilisés :

- le questionnaire relatif à la connaissance (sommaire) de la personnalité et du projet de la nouvelle entreprise ¹⁷.

- le questionnaire relatif aux motivations du candidat entrepreneur, par exemple "L'achievement motivation questionnaire" de Lynn ou les échelles de "Locus of Control" de Levenson ¹⁸.

Ces questionnaires sont des tests du type "papier et crayon" que M. PALMER¹⁹ distingue des tests projectifs. Les techniques projectives sont davantage non directives et subjectives. A partir des déclarations du candidat, le psychologue décèle ses attitudes et ses motivations. Une analyse graphologique peut également être pratiquée.

Une dernière méthode d'appréciation peut être utilisée : celle des séances de travail en groupe. A l'INED, par exemple, au cours de trois "Workshops", sont évalués les buts, l'engagement financier, mais aussi certaines caractéristiques du comportement des candidats (par exemple : l'aptitude de prendre des risques). Les utilisateurs de cette méthode pensent qu'il s'agit d'une technique apportant davantage d'informations sur les candidats que les méthodes recensées ci-dessus.

C. Les autres phases du P.A.E.

A l'issue de la phase de sélection des candidats, interviennent les autres phases du P.A.E : élaboration du projet, rassemblement des ressources nécessaires et assistance à la nouvelle entreprise.

Cette phase d'assistance peut correspondre à une période de "nursery pour entreprises naissantes".

Comme le déclarait un responsable d'une société de capital risque, "on peut aider les nouvelles entreprises à aller plus vite et plus loin", par :

- l'aide à la définition de la stratégie et à la définition des plans et programmes.

- l'aide dans le choix d'une organisation.

¹⁷ Par exemple, "cent questions pour entreprendre" questionnaire de la S.B.A. , figurant dans le " Guide du Créateur d'Entreprise".

¹⁸ Voir "Locus of control, need for achievement and entrepreneurship" C.M. Borland unpublished dissertation University of Texas et Austin - August 1974.

¹⁹ The Application of psychological testing to entrepreneurial potential" California Management Review 1971 - Vol.13 - n° 3 - pp.32-38.

- l'aide à l'établissement de circuits d'informations efficaces.
- l'aide à la mise en place de techniques de contrôle.

En résumé, il s'agit d'adapter les techniques de gestion des grandes entreprises aux entreprises naissantes.

Pour certains responsables de P.A.E., cette assistance est la poursuite de l'apprentissage du métier d'entrepreneur. La résolution des problèmes se posant dans la vie de la nouvelle entreprise peut être, en effet exploitée sur un plan pédagogique.

Enfin, dans cette phase d'assistance, l'aspect "tuteurisation" peut être important pour certains nouveaux entrepreneurs qui peuvent s'appuyer, psychologiquement, sur les responsables de P.A.E.

Au terme de cette présentation des caractéristiques générales des programmes d'actions entrepreneuriales, nous pouvons retenir que ceux-ci correspondent à une combinaison de choix :

- le type de créateur concerné (développement local ou développement régional).
- les fonctions à assumer par le programme (promotion de la création d'entreprises ou programme intégré).
- le segment de population visé qui définira les objectifs du programme, le partenariat, les opérations à mettre en oeuvre et à financer, et donc le budget du programme.

Des exemples de P.A.E. figurent dans le tableau ci-après : (programmes proposés par l'ANACE).

	DEVELOPPEMENT LOCAL	DEVELOPPEMENT REGIONAL
Programmes de promotion de la création d'entre-	ODACE : Sélection et accompagnement des créateurs d'entreprises dans un	CREATITUDE : Développement de l'esprit d'entreprise dans l'enseignement supérieur
Programmes intégrés	CREATEL : Elaboration et mise en oeuvre de plans locaux de création d'activités par les collectivités locales. CRENO : Création d'activités dans des villes moyennes.	ESSAIMAGE : favoriser la création d'entreprises par des cadres à partir d'entreprises existantes.

Notre but n'est pas d'établir la liste exhaustive des P.A.E. susceptibles d'être mis en oeuvre. Il appartient à chaque organisme voulant agir en faveur de la création d'entreprises de faire des choix aboutissant au(x) programme(s) pour lequel (lesquels) il peut opérer avec l'efficacité optimale.

En conclusion, il apparaît que dans beaucoup de cas, le programme d'actions entrepreneuriales joue en quelque sorte un rôle d'entrepreneur : celui qui rassemble, combine, complète des ressources éparses pour générer des projets et des activités ; c'est un "entrepreneur en création d'entreprises".

Section II - Le développement local.

Nous avons choisi d'appliquer cette appellation de développement local aux programmes s'adressant à des porteurs de micro-initiatives. Nous avons vu que l'influence du contexte local est très prégnante pour cette catégorie de créateurs : attachement au "pays", besoin d'appuis proches sur le plan géographique...

Depuis le début des années 80, l'initiative locale et/ou le développement local ont fait l'objet de multiples études, articles, rapports, colloques, communications... De cette masse d'informations, nous nous attacherons à extraire quelles ont été les causes de ce mouvement en faveur du développement local, afin de le définir précisément.

Puis, à partir d'expérimentation et d'observations, nous formulerons un certain nombre de limites et de règles visant à rendre plus performants les programmes relevant du développement local.

§ 1 - La genèse du mouvement en faveur du développement local.

Plusieurs causes peuvent expliquer tout au long des années 70 l'apparition du mouvement en faveur du développement local, qui ensuite, a été conceptualisé.

A - Les causes :

Plusieurs catégories de causes peuvent être isolées dans notre présentation. En réalité, il y a interaction entre la vision d'une entreprise à "taille humaine", la manifestation de la volonté d'un attachement territorial, l'apparition d'un militantisme économique différent et des décisions politiques.

1 - "Small is beautiful"

Ce slogan qui apparaît et qui est le titre d'un ouvrage²⁰ marque les revirements d'une vision de l'économie et d'une politique économique.

Dès le début des années 60, le développement de la compétitivité de l'industrie française devient un objectif essentiel pour les pouvoirs publics qui veulent doter la France d'un certain nombre de groupes industriels importants pour soutenir la comparaison avec les groupes étrangers.

"L'idée implicite ou explicite d'une supériorité de la grande entreprise était partout présente. L'infériorité de la P.M.I. est à l'inverse soulignée soit à titre de phénomène classique,

²⁰ Schumacker (1974)

observable, soit comme une donnée structurelle".

Ces tendances vont apparaître dès le début des années 70. Il y a d'abord la diffusion du rapport Charpie, relatif à la politique de l'innovation aux Etats-Unis, et qui insiste sur le rôle de petites entreprises mobiles et actives face à un relatif alourdissement des grands groupes industriels.

Puis, "l'industrie à taille humaine" apparaît de plus en plus comme un thème sensible au cours de la décennie des années 70. Le désir ou le rêve de voir enfin se développer une industrie à visage humain, une industrie où personne ne serait étranger aux autres, mais une industrie où chacun pourrait se reconnaître, où les rapports resteraient humains, ressortent comme une aspiration ou une mode indiscutables, sans doute liées aux désirs d'identité qui avaient eux-même marqué les mouvements de jeunes des années 60" ²¹.

Les aspirations vers de petites unités de production, disséminées sur l'ensemble du territoire, vont rencontrer d'autres aspirations, celles de l'attachement territorial.

2 - "Vivre, travailler et décider au pays".

C'est la traduction de la formule occitane qui date de 1974. Pour Robert Lafont ²², cette affirmation recouvre notamment un mouvement des minorités (Occitanie, Bretagne) qui a trouvé ses racines un peu partout sur le territoire national. " Depuis 1949 - 50, les grands mouvements sociaux ont pris en France un ancrage régional. Decazeville, sur l'articulation 1961-62, a été un moment décisif. Puis il y eut le grand moment de l'ébranlement paysan, qui ne pouvait cependant cacher Hennebont, le Joint français, Lip... Vers 1975, de nouveaux Decazeville, élargis en signification, sont possibles, cependant que la lutte du Larzac a donné sa portée culturelle et historique, d'avènement d'un droit nouveau, au "vivre au pays" ²³.

La revendication qui désigne le cadre d'un projet autogestionnaire ajoute au "vouloir vivre" le "travailler" qui pose la construction d'un système de production non sur les dérivés géographiques, mais sur la répartition universelle des chances et le "décider" qui ne pose rien d'autre que la démocratie partout" ²⁴.

Ainsi, face aux problèmes des mutations économiques, des reconversions, des difficultés à trouver un emploi, de l'absence de perspectives dans des zones dites défavorisées, il y a cette réaction et cette "volonté affirmée d'ancrage territorial pour des hommes et des femmes ; mobilisation et solidarisation des énergies : prospective sur l'avenir pour changer, par une action volontariste, le cours des choses"²⁵. Cette volonté d'agir s'est concrétisée dans un militantisme économique nouveau.

3 - Le militantisme économique

Nous avons déjà signalé ²⁶ l'apparition d'organisations d'appui à la création d'entreprises. Parmi celles-ci, deux associations se sont particulièrement attachées à participer au développement local :

²¹ A. Buraille - B. Costa de Beauregard - "PMI Enjeux Régionaux et Internationaux" - Economica C.P.E. 1987 - p.14. A. Buraille et B. Costa de Beauregard - Op. cit p.21.

²² " Le vouloir-vivre" et " le pays" in "le local dans tous ses Etats". Autrement n° 47 - Février 1983.

²³ R. Lafont op. cit. p.129

²⁴ R. Lafont op. cit. p.131

²⁵ J. Gatel - S. Passaris - "Le développement local : des territoires, des hommes, des initiatives, le partenariat". Revue d'Economie Régionale et Urbaine n° 1 - 1986 pp. 3-8

²⁶ Chapitre XIII section I

- France initiative, avec un concept de "plate-forme d'initiative locale" ayant pour objet d'accorder des prêts d'honneur (des "coups de pouce" selon l'expression de son Président Fondateur J. Ph. Mallet) venant compléter un plan de financement pour des micro-projets ; les plates-formes interviennent également pour parrainer les créateurs d'entreprises.

- Les boutiques de gestion, apparues en 1980, sont des structures légères de conseil s'adressant à l'origine aux "nouveaux entrepreneurs" : "jeunes désireux de travailler autrement", pionniers des énergies ou technologies écologiques, travailleurs sociaux défrichant des voies hors du système de l'assistance, ouvriers créant une S.C.O.P. pour sauver leurs emplois.." 27.

Ces associations, là où elles sont apparues, ont été souvent les structures rassemblant ceux qui voulaient créer une dynamique locale.

4 - L'aide publique à la création d'emplois dans le cadre du développement local.

Après un premier test, effectué en 1977, portant sur 500 emplois, dans 6 zones locales, un programme expérimental d'aide à la création d'emplois d'utilité collective (E.U.C.) est lancé dont la circulaire du 5 avril 1979 précise les objectifs ("découvrir des formes nouvelles d'activités" et "favoriser des processus originaux de création d'emplois"), les modalités (répondre à des besoins qui "ne relèvent pas des obligations normales des services publics et qui ne sont pas encore pris en charge par le secteur privé...") et le champ d'intervention ("des domaines aussi variés que les interventions sociales, les loisirs, les sports, la culture, l'information, l'aménagement du cadre de vie").

Ces domaines d'intervention - la liste est loin d'être limitative - "comportent, de toute évidence", de fortes potentialités d'embauche".

En août 1981, un programme d'aide à la création d'emplois d'initiative locale (E.I.L.) correspondant aux mêmes catégories d'activités, est décidé pour relayer et amplifier le programme E.U.C..

Puis, des aménagements sont apportés en 1983, 1984 et 1985 au programme de la création d'E.I.L., notamment l'exclusion des collectivités locales du système, l'attribution à des projets susceptibles d'atteindre l'équilibre financier, et surtout la volonté de favoriser le secteur économique à but lucratif et de privilégier les actions de développement associant le plus grand nombre possible d'acteurs publics et privés. "Ainsi, 1985 marque une nouvelle classification des priorités du programme E.I.L. dont le caractère "social" s'estompe au profit de l'économique créateur de richesses" 28.

D'une manière générale, les programmes d'E.I.L. s'inscrivant dans le cadre d'une politique globale de l'emploi posent le problème du conflit entre deux options du développement économique et social :

- un développement centré sur une politique économique caractérisée par la recherche de la croissance et l'accompagnement des mutations.

- un modèle de développement fondé sur la prise en compte des évolutions des mentalités, des modes d'organisation du travail et de création et de localisation des activités.

27 F. Landais " Le local dans tous ses Etats op. cit. p.58

28 Julie Simonet " Les programmes d'aide à la création d'emplois d'initiative locale" Regards sur l'actualité n° 110 - avril 1985 - p. 15.

Pour Jocelyne Gaudin ²⁹, une mesure de type E.I.L. est "un élément de l'intégration de ces différentes stratégies, dans une mesure où il apparaît que le niveau local puisse devenir un niveau déterminant de réalisation d'une politique reposant sur l'utilisation concentrée d'instruments de nature différente. Cette utilisation concentrée pourrait aboutir à la définition d'une stratégie locale de développement - s'appuyant sur une mobilisation locale en termes d'objectifs et de moyens - cohérente avec des initiatives macro-économiques réinscrivant cette stratégie locale dans le cadre d'options globales de développement économique et social".

B - Le concept de développement local

1 - Définitions

Plusieurs définitions du développement local peuvent être présentées :

- La définition de la DATAR, insistant sur le caractère institutionnel : "le développement local se caractérise comme la mise en oeuvre le plus souvent mais pas exclusivement, dans un cadre de coopération intercommunale, d'un projet global associant les aspects économiques, sociaux, culturels du développement. Généralement initié par des élus locaux, un processus de développement local s'élabore à partir d'une concertation large de l'ensemble des citoyens et des partenaires concernés et trouve sa traduction dans une maîtrise d'ouvrage commune".

- " Le développement local est l'expression de la solidarité locale créatrice de nouvelles relations sociales et manifeste la volonté des habitants d'une microrégion de valoriser les richesses locales, ce qui est créateur de développement économique" (J.L. Guigou).

- Pour X. Greffe, "le développement local est un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies. Il sera donc le produit des efforts de sa population, il mettra en cause l'existence d'un projet de développement intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles, il fera d'un espace de contiguïté, un espace de solidarité active".

Cette définition est précisée avec les caractéristiques ci-après ³⁰.

2 - Les six caractéristiques du développement local.

- Le développement local est à la fois économique, social et culturel. Selon X. Greffe, "la reconstitution d'un tissu ne peut se faire en l'absence d'une dimension culturelle, d'un projet mobilisant les ressources locales et s'appuyant sur des savoir-faire, des traditions, des expériences, Et ce projet ne peut avoir de vitalité s'il ne traite pas clairement des activités économiques".

- Il y a une certaine relativité des bases territoriales : le développement local concerne des espaces cohérents en terme de vécu et d'identité culturelle qu'il s'agisse de commune, bassin d'emploi, canton, quartier...

- Le développement local implique que soient associés à la détermination des projets, tous ceux qui participent à la vie économique et sociale : les élus, les associations de

²⁹ "Initiatives locales et Création d'emplois" - Rapport au ministre de l'emploi. La documentation Française - 1982 - p. 116

³⁰ Les définitions sont issues de l'ouvrage de Xavier Greffe : "Territoires en France - les enjeux économiques de la décentralisation" - Economica - 1984 pp. 146-165

développement, les entreprises et leurs organisations, les travailleurs, les comités locaux de l'emploi...

- Le développement local repose également sur les capacités des entreprises locales, notamment en termes de créations d'emplois, de possibilités d'essaimage et d'opportunités à exploiter par d'autres entreprises.

- La réussite d'une politique de développement local dépend en grande partie de la capacité avec laquelle l'information et la formation peuvent être assurées sur les territoires concernés.

- Enfin, les pouvoirs publics locaux doivent exercer une fonction d'animation économique et sociale. Cette responsabilité doit se manifester dans un rôle de coordination indirecte : il s'agit de susciter l'élaboration de projets, orientés dans un sens adapté au développement du territoire et à mobiliser les appuis humains, logistiques, financiers nécessaires à la concrétisation de ces projets.

§ 2 - Les limites du développement local et les conditions de sa mise en oeuvre

A - Les limites du développement local

Deux catégories de limites peuvent être distinguées : d'une part, celles relatives à une vision endogène du développement ; d'autre part, celles relatives à un certain impérialisme du concept.

1 - La vision endogène du développement

Nous aurons l'occasion d'évoquer les aspects théoriques du développement régional et notamment les caractéristiques du développement endogène ³¹.

Le développement par en bas, à partir de la valorisation des ressources d'un territoire, présente certains dangers relatifs à une éventuelle absence de vision à long terme des projets ou à l'absence de projet dans certaines activités productives.

"Le développement local ne saurait prétendre résoudre l'ensemble des problèmes économiques, a fortiori servir de stratégie unique pour l'aménagement du territoire. Ce point doit être acquis faute de quoi, certaines de ses interprétations toucheront vite au délire" ³².

Il ne s'agit pas de nier les aspects positifs du développement d'un territoire à partir de ses propres forces, mais au lieu de s'opposer à d'autres actions, de trouver des points de rencontres et des synergies. Ceci a déjà été noté avec l'application des programmes d'emplois d'initiative locale.

Il ne devrait pas y avoir de conflits entre une reconnaissance de la nécessité de choix sectoriels et de projets définis au niveau macro-économique d'une part, et la dynamique locale d'autre part : leur dépendance doit être admise. C'est la condition de succès d'une politique macro-économique comme des processus de développements locaux.

³¹ Section III supra

³² X. Greffe op. cit. p.150.

2 - L'impérialisme du concept.

Si le développement local ne peut résoudre l'ensemble des problèmes économiques, il faut également en marquer les limites dans le cadre des programmes d'actions entrepreneuriales.

Toute création d'entreprise étant forcément localisée, certains ont confondu phénomène de créations sur un territoire et développement local. Ainsi, nous avons rencontré parmi des exemples de développement local...la Silicon Valley.

Il faut rappeler que, par développement local, en matière de création d'entreprises, il faut entendre les programmes s'adressant à des porteurs de micro-projets, avec des outils spécifiques et adaptés à cette catégorie de créateurs.

Les tenants - involontaires souvent - de cet impérialisme du développement local réagissent peut-être à la modestie des projets et aux aspects forcément parcellaires des activités mises en oeuvre. Là encore, il n'y a pas de hiérarchie entre des projets de création, la vigueur d'un tissu productif se caractérisant notamment par la complémentarité des unités le composant.

Le développement local, tant dans son approche générale que dans le domaine de la création d'entreprises, présente d'incontestables aspects positifs. Il n'a cependant pas vocation à être le processus unique mis en oeuvre dans une politique économique.

B - Les conditions de la mise en oeuvre du développement local

Il n'est pas nécessaire d'énoncer à nouveau les conditions générales d'une action en faveur de la création d'entreprises (chap. XIII) ni de détailler ce que peuvent être précisément des programmes entrant dans le cadre du développement local.

Par contre, il est nécessaire d'insister sur trois catégories de règles à observer pour atteindre des résultats satisfaisants, tenant au professionnalisme des opérateurs, à une plus grande recherche de valorisation des ressources locales et à un développement des réseaux de la création d'entreprises.

1 - Le professionnalisme des opérateurs est une exigence

En matière d'appui à la création d'entreprises, la bonne volonté ou le volontarisme ne sont pas de mise.

La liste des écueils à éviter - et des erreurs commises - pourrait être longue : projection de l'opérateur qui impose une idée d'activité ; insertion dans des réseaux relationnels et illusion en termes de chiffre d'affaires ; parrainage excessif frôlant la gestion de fait...

Ceux qui veulent intervenir dans l'appui à la création doivent admettre de ne faire que ce qu'ils savent faire, doivent savoir qu'une entreprise n'est pas une amicale et que des contraintes doivent être identifiées.

Dans cette optique du professionnalisme, deux autres points doivent encore être signalés :

- beaucoup d'opérateurs souffrent de "marketing myopia" ³³. Très spontanément, la recherche d'opportunités s'oriente vers les activités perçues comme absentes dans le territoire considéré.

³³ Pour reprendre un titre célèbre de Th. Lewitt.

Le marché n'est pas seulement local. D'autres pistes sont à exploiter.

- Une bonne connaissance des éléments financiers pour le montage d'un projet est nécessaire.

Même si les micro-projets ne nécessitent pas des investissements toujours très élevés, le plan de financement doit être élaboré avec soin. Tous les besoins sont à estimer (après vérification de leur validité) et il faut trouver les moyens de financement les plus appropriés.

2 - La recherche d'une plus grande valorisation des ressources locales

Un inventaire des ressources doit être réalisé afin de définir des orientations en matière d'opportunités à exploiter, des possibilités d'implantation...

Il faut insister sur le rôle important joué par les ressources humaines. Des exemples peuvent être cités :

- L'action des conseillers du mouvement EGEE a déjà été évoquée.
- Le rôle des élus locaux pour initier un programme d'actions, ou comme prescripteurs, peut être déterminant.
- Une URSSAF a choisi de transformer un de ses contrôleurs en conseiller pour les nouvelles entreprises.
- Les lycées techniques peuvent être utilisés comme de véritables centres de ressources pour les créateurs de leur environnement.

Les exemples pourraient être multipliés. Il faut cependant observer que la recherche d'une grande valorisation des ressources humaines au niveau local est une piste fructueuse qu'il faut encore exploiter. Ayons présent à l'esprit "qu'il n'est de richesse, ni de force que d'hommes...".

3 - Le développement des réseaux de la création d'entreprises

La nécessité du développement des réseaux est, partiellement, le résultat des éléments précédents.

La multiplicité des opérateurs avec un degré d'implication variable, entraîne une interdépendance et une complémentarité de leurs interventions.

L'existence de professionnalisme passe par une meilleure information et par une formation adaptée. La constitution et l'animation d'un réseau se font aussi à l'occasion de réunions d'informations et de sessions de formation.

La recherche d'une plus grande valorisation des ressources humaines au niveau local implique également un développement des réseaux.

La dichotomie établie entre les porteurs de micro-projets et les entrepreneurs intervient également dans le jeu des réseaux. En effet, les créateurs potentiels, qu'ils appartiennent à l'une ou l'autre catégorie, peuvent s'adresser indifféremment à des points d'accueil plus ou moins spécialisés. Les réseaux du développement local et du développement régional doivent se connaître et orienter les candidats vers les points les plus compétents pour l'accompagnement des projets.

Un dernier aspect devrait être évoqué dans la dynamique des réseaux : quelle "tête" de réseau ? Qui recense les intervenants, organise les rencontres d'information et de formatin, assure les relations avec d'autres réseaux... ?

Les réponses sont variables selon les territoires. Tout dépendra des caractéristiques locales : implantation et volonté d'organismes, émergence d'associations, coopération intercommunales... A vrai dire, cela est assez accessoire. l'important est que les réseaux fonctionnent et soient efficaces.

X

X X

Concept dense, largement mis en avant, le développement local, compte tenu de la relativité de ses bases territoriales, est parfois apparu comme pouvant concerner un département ou une région.

Nous préférons l'appellation de développement régional lorsqu'il s'agit du développement d'une région, marquant ainsi les différences avec le développement local et, du point de vue de la création d'entreprises, rappelant les caractéristiques des créateurs concernés par les programmes d'actions entrepreneuriales.

Section III : Le développement régional

Deux grandes catégories de raisons nous ont amené à choisir cette appellation de développement régional pour désigner un ensemble de programmes d'actions entrepreneuriales à destination de la catégorie des entrepreneurs potentiels :

- D'une part, il s'agit de bien faire la distinction avec le développement local, tant au niveau des créateurs concernés qu'au niveau du cadre géographique. Il n'y a ni opposition, ni hiérarchie entre les deux types de développement, mais complémentarité et possibilité d'interaction.

- D'autre part, la création d'un certain type d'entreprises constituent un volet important d'une politique de développement régional. Il apparaît également que c'est au niveau régional que peut intervenir une "masse d'action critique" à destination des entrepreneurs et que des modalités spécifiques peuvent être contractualisées avec l'Etat.

Dans cette perspective de contrat Etat-Région, c'est la notion administrative de région qui est prise en compte. On peut envisager une autre définition : "la région est un système spatial ouvert, dialectiquement déséquilibré - le principe d'unité l'emporte sur les forces de diversité - de taille inférieure à la nation, formé d'espaces contiguës" ³⁴. Le géographe doit définir des limites fonctionnelles entre l'environnement intra-régional et la région, afin de pouvoir déterminer les contours d'une région.

Une autre notion est celle du "territoire", pouvant correspondre à la région. L'économie territoire est présentée comme une alternative, en opposition à l'économie monde, qui pour

³⁴ André Dauphiné "Espace, Région et Système" Economica 1979

Fernand Braudel ³⁵ peut se définir comme une triple réalité :

- Elle occupe un espace géographique donné.
- Une économie-monde accepte toujours un pôle, un centre.
- Toute économie-monde se partage en zones successives : la région autour du centre, des zones intermédiaires autour du point central et des zones périphériques "subordonnées et dépendantes, plus que participantes".

"L'économie territoire apparaît comme une alternative de développement plus contrôlable que l'économie-monde. C'est sur ce terrain local que les mutations sont les moins difficiles à maîtriser et les partenariats les plus faciles à susciter. Le macro-économique est toujours aussi fondamental : la chute du dollar peut avoir un impact plus grand sur les ventes d'automobiles fabriquées aux Etats-Unis que plusieurs années d'efforts menées par les partenaires locaux dans le Michigan. Pourtant, si elle se produit, la revitalisation économique et sociale passera en France comme aux Etats-Unis, par le développement régional, la décentralisation véritable, la multiplication d'expériences menées dans un cadre partenarial"³⁶.

Région administrative, région géographique, territoire... autant de délimitations de l'espace qu'il n'est pas nécessaire de distinguer précisément dans la recherche des justifications d'actions régionalisées orientées vers la création d'entreprises. Par contre, les modalités spécifiques d'action s'inscrivent dans le cadre de la région administrative.

§ 1 - Les justifications d'une politique de développement régional orienté vers la création d'entreprises

"Quelles forces président au destin des régions ? Ont-elles la maîtrise de leur développement ? Dépendent-elles des décisions extérieures ? Obéissent-elles dans leurs évolutions à des forces identiques ou différentes de celles qui déterminent la croissance des nations ?" A ces questions, Philippe Aydalot ³⁷ apporte les réponses de la théorie économique.

Ensuite, nous examinerons le concept "d'économie-territoire". Nous aurons ainsi situé le cadre régional d'une politique de développement.

Enfin, nous recenserons les facteurs conjoncturels qui peuvent amener à l'action en faveur de la création d'une certaine catégorie d'entreprises.

A - Les aspects théoriques

La première question qui se pose en matière de développement régional est celle de sa nature et deux réponses se sont opposées :

- La réponse classique du développement fonctionnel, mis en oeuvre par des agents économiques s'efforçant de maximiser l'efficacité de leurs combinaisons productives. "Dans un tel schéma, les espaces n'existent pas et n'ont pas d'intérêt propre. Il importe peu que

³⁵ "La dynamique du capitalisme" - Arthaud 1985.

³⁶ Pierre Dommergues " la société de partenariat" AFNOR - Anthropos 1988 - p. 26.

³⁷ Economie Régionale et Urbaine - Editions Economica 1985

leurs spécialisations soient différentes. Il suffit de démontrer que les forces d'ajustement finissent par engendrer une égalisation des niveaux de productivité marginale" ³⁸.

- La réponse critique du développement "territorial" : "c'est dans un cadre local, par la mise en valeur des ressources locales et avec la participation de la population que le développement pourra réellement répondre aux besoins des populations" ³⁹, et ce sont les insuffisances du modèle fonctionnel classique qui ont amené de nombreux auteurs à proposer, depuis le début des années 1970, un modèle de développement "territorial".

Cette réponse à l'interrogation sur la nature du développement régional étant apportée, nous pouvons très sommairement présenter les quatre grandes conceptions du développement régional ⁴⁰.

a) La théorie de la base.

L'analyse de la croissance de la région est entièrement fondée sur les débouchés extérieurs et néglige les variables internes (accumulation du capital, progrès technique...).

Le point de départ de cette théorie s'appuie sur le fait que seuls les ensembles économiques de grande dimension maîtrisent leur développement. Une région ne peut que répondre à une demande et c'est de l'orientation de cette demande extérieure que dépendra sa croissance.

La théorie de la base est fortement critiquable : s'il est intéressant de montrer le poids d'influences extérieures pour des unités spatiales de petites dimensions, il est dommage de ne retenir que cette seule variable. Il manque à cette théorie, une explication des exportations régionales tenant ainsi à des facteurs de compétitivité régionaux : spécialisations, dotations naturelles, investissements antérieurs....

"Faute d'en savoir davantage, la théorie de la base n'est plus qu'une analyse de l'ajustement passif qui nous dit que la région est une mécanique passive d'ajustement des grandeurs internes à des injonctions externes" (Ph. Aydalot).

b) La théorie des pôles de croissance.

Présentée par François Perroux au début des années 50, la théorie des pôles de croissance s'appuie sur une vision de la croissance se propageant dans le déséquilibre, sous l'impact de l'action de certains agents.

Le point de départ est l'impulsion issue d'une unité motrice suscitant des réactions d'unités dépendantes amplifiant les effets directs émis par l'unité motrice. Les effets moteurs peuvent emprunter trois voies de diffusion : par les flux, par les prix et par les anticipations.

La croissance se diffuse donc par des canaux spécifiques et très inégalement selon les secteurs, selon le type de relations qui les unit.

Du point de vue de la localisation, les activités dépendantes auront tendance à se situer près de l'unité motrice. On peut donc constater que les effets moteurs tendent à se concentrer dans l'espace et que la croissance, comme elle touche les divers secteurs de facultés

³⁸ Ph Aydalot op. cit. p. 108

³⁹ Ph Aydalot

⁴⁰ Présentation faite à partir du chapitre "Le développement régional" in Ph. Aydalot pp. 107-155

inégales, a également un impact très structuré dans l'espace.

L'impact d'une grande unité a été mesuré en distinguant trois types d'effets :

- les effets directs, appréciés dans le fonctionnement de l'ensemble (emplois créés, revenus distribués...).
- les effets indirects, liés aux revenus distribués par l'unité motrice ; la croissance pourra se propager ainsi dans toute l'économie de la zone.
- les effets induits, s'appliquant aux entreprises situées en amont et en aval, et qui concernent donc l'effet de la production nouvelle sur l'activité économique locale.

Diverses critiques peuvent être adressées au concept de pôles, ayant pour trait commun le fait que cette théorie s'appliquait à une période caractérisée par :

- un facteur d'ordre technique, la prééminence du charbon jointe à des coûts élevés de transports.
- un mode de développement industriel, dans lequel la croissance rapide d'une industrie lourde semble bien être le facteur principal d'émergence des pôles de croissance.
- un type de structure industrielle, dans lequel dominant les petites entreprises, la polarisation reposant en effet sur l'attraction exercée par une grande unité sur un ensemble de petites entreprises.

Dans ces conditions, faut-il condamner la théorie des pôles de croissance ?

Une nouvelle orientation permettrait de conserver les apports de la théorie : la prise en compte de nouvelles activités motrices et non plus de la seule industrie lourde. Des activités variées peuvent être motrices parce que suscitant les effets décrits ci-dessus. ... "plus généralement, on peut définir l'activité motrice non seulement comme celle qui propage des effets amont et aval, mais comme celle qui, à un moment et dans un état donné de la société, lève les blocages du développement ; à chaque moment, le développement est limité par un facteur, qui peut être la quantité ou la formation du travail, les techniques nouvelles, telle production... L'activité motrice serait ainsi celle qui aurait l'offre du facteur stratégique du développement"⁴¹.

Cette prise en compte de nouvelles activités motrices fait apparaître des formes nouvelles de polarisation :

- l'apparition de pôles nouveaux fondés sur des activités de services hautement spécialisés (par exemple, les technopôles).
- le développement de pôles basés sur une activité commerciale (par exemple Roubaix avec la vente par correspondance).
- la polarisation basée sur une activité de production ayant une capacité d'évolution et d'intégration de nouvelles technologies.

⁴¹ Ph. Aydalot op. cit. p.144

c) Les thèmes du développement inégal.

De nombreux auteurs ont, depuis la fin des années 50, mis en évidence la structure hiérarchique des espaces économiques, tant au niveau international qu'au niveau interrégional.

La relation centre-périphérie apparaît comme étant le rapport de l'inégalité, caractérisée par des dotations en facteurs différentes et par des mécanismes bloquant la diffusion spatiale du développement, telle la concentration d'activités avancées au centre, ou les difficultés d'adaptation de la périphérie privée de ses capitaux et de ses hommes.

Une formulation de cette relation centre-périphérie concerne la division spatiale du travail, opposant des "centres" à haut niveau de pouvoir et de qualification à des "périphéries" subordonnées et exécutrices d'opérations peu qualifiées.

Pourquoi ces hiérarchies spatiales ? Elles tiendraient aux décalages entre formes de production et modes de vie, ceux-ci étant caractérisés par leur inertie et déterminés par l'espace.

On a pu observer, dans l'évolution industrielle de l'après guerre, un processus constant de création d'une nouvelle force de travail industrielle provenant de structures en mutations (aussi bien industrielles qu'agricoles), maintenue dans leur milieu d'origine, ce qui permet de perpétuer - au moins pour une certaine période - des modes de vie moins coûteux, alors que les structures économiques qui les avaient générés ont disparus. C'était l'industrie qui se déplaçait vers les hommes et de vieux centres industriels devenaient périphéries de nouveaux centres. Ce mouvement semble s'enrayer : de nouvelles entreprises se développent dans des centres anciens (région parisienne, autour de Boston, par exemple), ou nouveaux (Languedoc, Roussillon).

"L'espace offre donc une image de décalages, il est le fruit des strates déposées par les périodes antérieures, chacune conservant la marque des modes de production qui se sont succédés. L'espace est, par nature, l'expression d'inégalités entre modes de production dominants et dominés, entre zones dominantes et dominées" ⁴².

d) La théorie du développement endogène

Ph. Aydalot apprécie sévèrement cette théorie, "les idées relatives au développement autocentré se présentent davantage comme une nébuleuse rassemblant des apports venant d'horizons très divers que comme une théorie au contenu scientifique indiscutable".

Le développement endogène, critique des principes de l'économie de marché (dans ses aspects d'une économie a - territoriale et de ses modes d'évaluation de l'optimum) présente les caractéristiques suivantes :

- un développement territorial. Le territoire présente des possibilités d'interaction créant des effets de synergie, sources de développement.

- la référence aux "basic-needs". Le développement est décidé par l'ensemble de la population au sein de structures démocratiques.

- la valorisation des ressources locales. Il s'agit de privilégier les filières issues des ressources naturelles locales ou du passé industriel local.

⁴² Ph. Aydalot op. cit. p.144

- un développement intégré. Les aspects sociaux, culturels, techniques, agricoles, industriels... sont intégrés dans une même logique.

- l'autarcie sélective. La préférence doit être accordée à la production locale, afin de bloquer le processus menant à la division internationale du travail.

- la petite échelle. découlant des options précédentes, il faut privilégier les petites unités (entreprises et communautés).

- une économie informelle. Caractérisée par sa souplesse, sa complète autonomie à l'égard des organes de gestion centralisés, le secteur de l'économie informelle semble se développer ⁴³.

- un micro-fédéralisme. Le gouvernement central a un rôle de conseil et de régulation auprès des unités entièrement autonomes et fédérées.

- des innovations à caractère local. Le développement auto-centré peut-être à l'origine d'une société innovatrice avec ses milieux de petite dimension, le décloisonnement des spécialisations et les petites entreprises.

Deux grandes catégories de caractéristiques peuvent donc être attribuées au développement endogène :

- la souplesse, s'opposant aux formes d'organisations classiques. Le développement endogène veut donner l'image d'une économie flexible, capable de s'adapter à des conditions évolutives.

- la variété s'opposant à l'uniformité. Variété des cultures, des statuts sociaux, des produits... permettant une adaptation rapide des comportements économiques.

X

X X

Y-a-t-il un modèle du développement régional ?

Au terme de cette présentation sommaire des conceptions théoriques, il apparaît que chacune présente des aspects intéressants et qu'elles sont donc, chacune, partiellement explicatives.

Une politique de développement régional peut s'appuyer sur les points suivants :

- une économie régionale peut se développer par ses exportations, en agissant sur les éléments de compétitivité.

- des pôles de développement peuvent se constituer autour d'activités motrices, celles-ci s'insérant dans un éventail large.

- des inégalités de développement peuvent être combattues par l'implantation de nouvelles entreprises.

- une économie régionale peut gagner en flexibilité et diversité, en s'appuyant davantage sur ses propres capacités.

⁴³ voir Chapitre XII

Dans chacun des axes ci-dessus, l'action en faveur de la création d'entreprises peut constituer une dimension significative de la politique de développement régional.

Enfin, nous avons noté que le développement n'étant pas fonctionnel, était "territorialisé", ceci se confirmant avec le concept "d'économie-territoire".

B - L'économie-territoire.

Des travaux récents ont mis en évidence l'influence de l'environnement économique régional sur les entreprises et singulièrement les P.M.E..

Cette influence peut s'appréhender à travers trois dimensions :

- d'abord en terme d'analyse d'un système productif régional, à la fois sur le plan quantitatif et qualitatif.

- ensuite, en examinant l'influence du milieu régional sur l'innovation.

- enfin, en étudiant le rôle des services aux entreprises.

C'est cet ensemble d'influences qui contribue à valider le concept d'économie-territoire, cadre pour l'action économique.

La première approche, lorsque l'on s'intéresse à un cadre spatial d'échanges entre entreprises, d'interdépendances entre unités de production et de mesure des influences de certains secteurs sur d'autres, est d'examiner les apports des tableaux d'échanges inter-industriels qui ont pu être élaborés.

Une seconde approche consiste à adopter une démarche plus qualitative et à étudier les influences d'un tissu productif original sur les comportements des entreprises.

1 - Une approche des systèmes industriels régionaux.

Les enquêtes de liaisons industrielles, conduites par l'INSEE, permettent de construire le tableau d'échanges inter-industriels du système productif régional et donc de calculer les effets d'entraînement entre les secteurs industriels régionaux et leurs conséquences sur l'activité des industries du reste du pays et de l'étranger.

Le cas de l'Alsace et de la Haute Normandie ont été étudiés⁴⁴. Très ouverts sur l'extérieur, les systèmes régionaux font donc apparaître une relative faiblesse des effets d'entraînement internes à la région. "Les relations d'échanges les plus importantes entre les secteurs industriels à l'intérieur d'une région ne sont pas un modèle réduit des interdépendances qu'on observe en général, mais elles reposent le plus souvent sur un avantage de proximité géographique : ressources naturelles, coûts de transports élevés, sous-traitance. En région, des spécialisations complémentaires, ou encore la prééminence des PME dans un secteur, n'entraînent pas systématiquement des relations importantes. Enfin, si la sous-traitance privilégie la proximité, elle ne contribue que modérément aux relations internes à la région".

⁴⁴ "Une approche des systèmes industriels régionaux" Joël Creusat et Annick Richard. "Economie et statistiques" n°199-200 Mai/Juin 1987 pp. 65-81

Les conclusions de Creusat et Richard semblent donc minimiser les relations d'interdépendance entre entreprises d'une même région. Mais il faut faire deux observations :

- l'une relative au caractère seulement industriel de l'étude. Nous verrons ultérieurement que les services aux entreprises peuvent jouer un rôle important dans l'environnement des entreprises industrielles.

- l'autre relative aux limites d'une étude centrée sur des échanges de produits entre entreprises. Or, d'autres échanges peuvent se faire, notamment entre PMI d'une même région.

2 - Les milieux régionaux de PMI.

Dans une "approche statistique et régionalisée des choix stratégiques des PMI à partir de l'EAE", P.Y. Léo⁴⁵ aboutit à la conclusion suivante : "Les comportements des PMI sont beaucoup plus différenciés régionalement que les "effets sectoriels" et même les "effets secteurs tailles" n'auraient permis de le penser".

Chaque entreprise peut se développer grâce au milieu qui l'environne, mais ce milieu limite et contraint également l'entreprise.

Les milieux économiques régionaux sont constitués par toutes les dimensions que peut prendre l'environnement géographique d'une entreprise ⁴⁶.

Le phénomène régional intervient très fortement et conduit P.Y. Léo à proposer une typologie des régions en fonction des milieux de PMI qu'elles possèdent :

- un milieu favorisant les stratégies de développement fondées sur le savoir faire de la main d'oeuvre (Ile de France).

- des milieux favorisant les stratégies d'exploration mais où l'on trouve aussi plus qu'ailleurs des PMI avec des fortes pertes (régions de l'Est; Lorraine, Alsace, Franche-Comté; Rhône-Alpes; Provence; Alpes; Côte d'Azur et Haute Normandie).

Deux régions où les profils médiocres et modérément bénéficiaires sont très spécifiques. Une partie du milieu y est cependant tournée vers l'exportation et l'on trouve des PMI à fortes pertes dans le Nord, ce qui rapproche cette catégorie du groupe précédent.

- des milieux qui favorisent les stratégies de profit et de développement technologiques, limitant les orientations des PMI vers l'exportation et les fortes pertes (Pays de la Loire, Bretagne, Poitou-Charentes et Languedoc Roussillon).

- le dernier groupe de régions ressemble au précédent mais avec des spécificités moins tranchées. Ces milieux de PMI encouragent les stratégies de profit et de dynamisme technologique.

"Cette division en cinq types de régions constitue, nous semble-t-il, une segmentation fondamentale de l'espace industriel français. Mal perçue jusqu'ici, parce que ne concernant que le tissu industriel localisé des seules PMI, elle confirme l'hypothèse selon laquelle, les comportements des PMI sont déterminées en bonne part par leur localisation et/ou leur environnement régional".

⁴⁵ Revue d'Economie Régionale et Urbaine n° 3 - 1987 - pp.423-437

⁴⁶ Voir chapitre XIV

Partant de ce constat, P.Y. Léo insiste sur l'importance d'une action en faveur des milieux de PMI, moyen du développement économique régional, la politique devant "d'abord être une politique du milieu et accessoirement une politique d'intervention directe auprès des entreprises".

b) L'influence du milieu régional sur l'innovation.

Après avoir examiné l'influence de l'environnement régional sur le comportement des PMI, l'influence du milieu régional sur l'innovation peut être étudiée, et ceci de trois points de vue différents :

- d'abord, on peut tenter d'identifier le potentiel innovateur d'un tissu régional.
- ensuite, l'analyse peut être précisée avec le concept de grappes de technologies appliqué à l'espace économique régional.
- enfin, on peut appliquer des logiques innovatrices à des types de développement localisés pour aboutir à des modèles régionaux d'innovation.

1 - L'identification du potentiel innovateur d'un tissu régional.

Selon Rico Maggi ⁴⁷, le potentiel innovateur contient à la fois, les innovations (qui correspondent à la première introduction d'une invention) mais également les possibilités de la mise en oeuvre régionale et donc de la diffusion d'une innovation. Les potentiels innovateurs sont formés par le savoir faire sectoriel dans les fonctions de la recherche et de la production. Le tissu régional, essentiellement formé des stocks de capital fixe et de capital humain, représente la structure fixe (à court terme) de l'économie régionale (les flux). Le potentiel innovateur réside dans les stocks et non dans les flux, plus précisément dans le stock de savoir-faire (lié au capital fixe et au capital humain).

R. Maggi fait l'hypothèse que les potentiels innovateurs se trouvent aux croisements des "fils de savoir-faire" dans les domaines de la recherche et de la production. Ces croisements représentent des potentiels de contacts dans lesquels le savoir-faire productif représente la partie réceptrice.

L'ensemble des capitaux fixes et humains, qui sont immobilisés dans la production régionale, contiennent un potentiel de savoir-faire, de transformation d'idées en produits. Face à cette capacité de produire, la recherche régionale propose un potentiel d'idées réalisables dans un certain domaine ou dans certains secteurs économiques.

Les possibilités de contact n'existent dans un tissu régional qu'entre des secteurs à savoir-faire commun ou apparenté, les secteurs de pointe faisant exception dans la mesure où les nouveaux processus peuvent s'insérer dans tous les secteurs de l'économie.

Utilisant un tableau qualitatif d'input - output dans lequel apparaissent à la fois les branches d'activités et les fonctions économiques, R. Maggi parvient à identifier des champs innovateurs, en tenant compte également des inputs provenant des entreprises régionales de matière grise, des institutions publiques de recherches régionales et des "importations" de recherche des entreprises multirégionale.

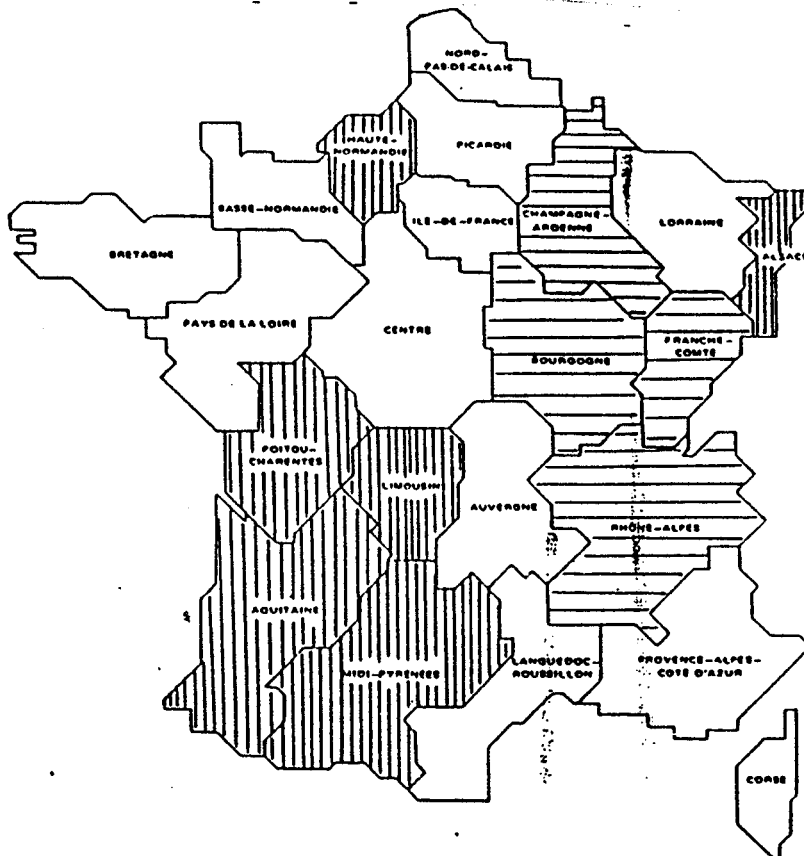
L'application aux régions françaises a été faite en utilisant un tableau d'input output avec 14 secteurs industriels, deux fonctions (la recherche et la production) et trois groupes de savoir-

⁴⁷ Revue d'Economie Rurale et Urbaine n° 2 - 1987 - pp. 219-237

faire commun : groupe A (mécatronique électrique), groupe B (chimique, biologique) et le secteur imprimerie édition.

Les résultats globaux de R. Maggi sont présentés dans les deux cartes ci-après :

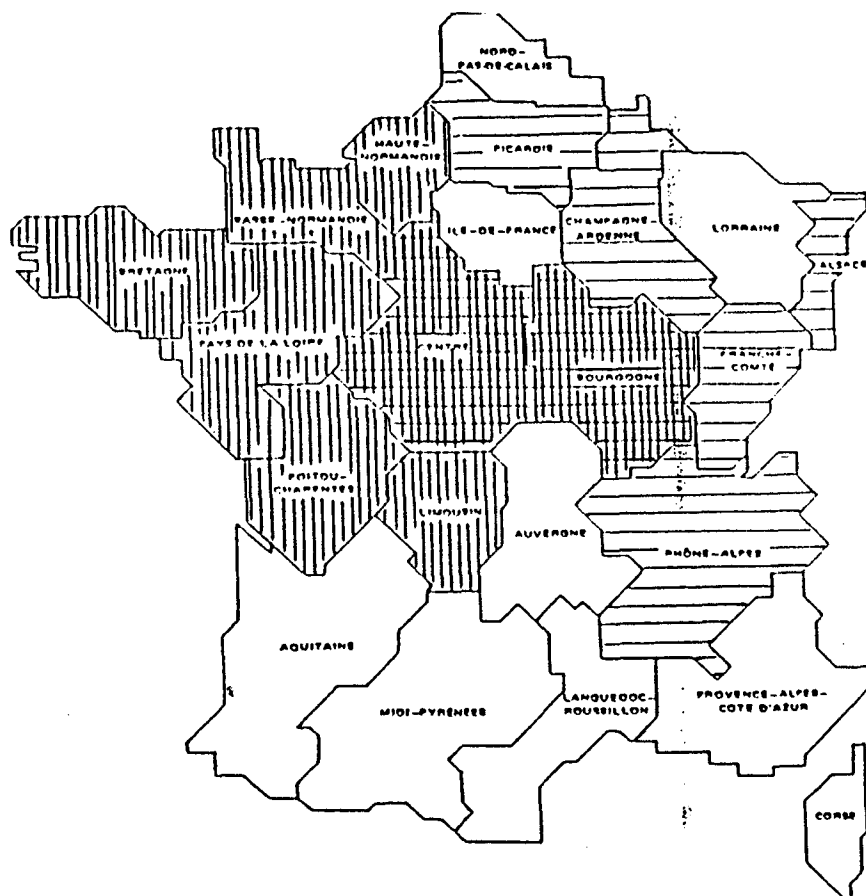
GROUPES DE POTENTIELS INNOVATEURS



Il apparaît une opposition des régions contenant d'importants potentiels innovateurs dans le groupement de savoir-faire A (hachures horizontales) aux régions dont les possibilités innovatrices se trouvent dans le groupement B (hachures verticales).

En distinguant schématiquement deux activités de pointe de base (circuits intégrés et biotechnologie), on pourrait établir une hypothèse selon laquelle, on trouvera dans l'avenir des innovations dans l'équipement automatisé plutôt dans le premier groupe de régions, les innovations dans les biotechnologies ayant une forte probabilité d'apparition dans le second groupe de régions.

POTENTIELS INNOVATEURS DANS LES SECTEURS DE POINTE



Avec cette carte apparaissent les régions ayant des avantages comparatifs dans la construction mécanique (hachures horizontales) et dans la construction électrique (hachures verticales). "La distribution Est-Ouest de ces "secteurs de pointe montre d'une façon impressionnante l'opposition régionale de la tradition mécanique ancienne à l'Est aux implantations récentes de groupes de la construction électrique à l'Ouest".

R. Maggi note en conclusion de son étude qu'un "raffinement de l'analyse dans plusieurs dimensions (nomenclature des secteurs, définition des fonctions, recherche de l'Etat et des entreprises multirégionales) serait sans doute nécessaire pour améliorer son rendement (...). Dans l'état actuel des choses, notre outil peut servir à évaluer le tissu régional d'une façon comparative. Les résultats d'une telle évaluation pourraient ensuite servir de base ou bien pour des analyses quantitatives à travers les régions ou bien pour une micro-analyse d'un tissu régional".

2 - Le concept de grappe de technologies appliqué à l'espace économique régional

Dans une très intéressante communication, Guy Loinger et Véronique Peyrache ⁴⁸ étudient les modalités de constitution d'une grappe de technologies locales "faite de stratification successives de rejet et d'intégration d'éléments au corps principal".

Les exemples cités sont nombreux. Retenons celui de l'implantation d'une industrie électronique à Grenoble, s'expliquant par plusieurs facteurs, notamment la création d'une industrie hydro-électrique, mais aussi sur "l'existence d'une culture sociale paysanne montagnarde, faite de débrouillardise, d'autonomie, d'astuce, mais en même temps très attachée à la précision du geste".

Ainsi des savoir-faire fortement structurés dans des territoires et des époques donnés, sont contraints de se "métamorphoser" au contact d'un système socio-économique.

Il y a "confrontations entre deux catégories de culture technique. Celles qui résultent d'une lente stratification des pratiques sociales locales, à l'échelle des durées longues, marquées par des rapports de force, une organisation, un non-dit référentiel en termes de méthodes de fabrication, d'éthique, de comportement individuel et collectif, et d'autre part, celles qui sont d'origine "étrangères", extérieures, donc à priori dangereuses parce que destructrices, déstabilisatrices, dérangeantes, mais en même temps source d'un possible nouveau départ, source d'enrichissement, de création et de liberté".

A partir de leurs observations, G. Loinger et V. Peyrache proposent une typologie de grappes de technologies localisées :

- grappes localisées de technologies constituées autour d'un ensemble de PME ayant le même profil industriel, issu d'une longue tradition historique à évolution lente ⁴⁹. Cet ensemble de PME peut créer une dynamique lui permettant de surmonter des difficultés. Mais, il peut aussi constituer un obstacle à l'adaptation ou à la transformation des savoir-faire. Ce sera alors qui connaîtra des difficultés, une récession, des fermetures d'entreprises... Il peut arriver que le bassin d'activités connaisse un nouvel essor à partir d'une unité saine, bien placée dans le nouveau contexte. Le concept de grappes de technologies est alors pertinent pour décrire le passage d'un contexte à l'autre.

- grappes de technologies constituées autour d'un ou de plusieurs groupes industriels de taille importante. Deux catégories de situations sont à distinguer :* des localisations de grandes unités industrielles, fortement structurées autour de leur direction avec la présence des services de R.D., font bénéficier leur bassin d'activités de leur éventuel dynamisme. C'est le cas de l'industrie chimique en R.F.A. ou de l'industrie automobile en Italie.

- * des localisations d'établissements industriels sans véritable autonomie par rapport à une direction générale souvent parisienne et privées de "matière grise", les services de R.D. étant situés au siège, risquent d'amener des problèmes difficiles dans des bassins de reconversion.

Dans ce type de situation, on peut constater l'apparition de solidarités régionales et la tentative de constitution d'un nouveau tissu économique avec l'exploitation des compétences rassemblées.

⁴⁸ Colloque "Technologies nouvelles et Développement Régional" Paris 1-3 septembre 1986, rapport édité par le GREMI.

⁴⁹ C'est l'exemple de Limoges avec la porcelaine ou de Mulhouse avec les Filatures de coton.

* grappes de technologies constituées par le croisement de deux ou plusieurs matrices technologiques. Peuvent être rassemblés sur un même territoire, des domaines de compétences à l'origine très différents les uns des autres et qui n'ont, dans un contexte technique et économique donné, rien à s'échanger. Il peut arriver que des contacts se nouent, générant des résultats parfois inattendus.

A l'issue de cette présentation, nous pouvons noter que les relations inter-entreprises peuvent être envisagées d'un point de vue dépassant l'échange de produits et mettant en jeu des relations plus complexes entre des savoir-faire et des métiers avec le concept de grappes de technologies.

Dans cette perspective, G. Loinget et V. Peyrache proposent le "développement d'une pratique professionnelle que l'on pourrait qualifier par le concept de "management technologique territorial". En effet, on perçoit de plus en plus clairement l'importance des pratiques sociales et institutionnelles consistant à "construire" l'espace économique et technologique local et régional.

Construire, pour défendre un patrimoine industriel et des savoir-faire lentement accumulés au cours de l'histoire afin d'en favoriser leur épanouissement dans le contexte actuel d'économie ouvert à l'échelle mondiale".

Cette construction de l'espace économique et technologique peut également s'appuyer sur une démarche visant à identifier les trajectoires des tissus régionaux.

3 - Trajectoires technologiques et modèles régionaux d'innovation.

Philippe Aydalot ⁵⁰ distingue trois logiques majeures de l'innovation technologique :

- la reconversion d'un tissu industriel. L'innovation émerge de l'entreprise, utilise son savoir-faire ; elle représente la forme typique de l'innovation des régions de tradition industrielle.

- l'innovation de la grande entreprise maîtrisant un champs nouveau. La grande entreprise crée l'essentiel de la connaissance dont elle a besoin et la met en oeuvre. Ce processus n'est pas obligatoirement localisé, l'innovation étant implantée dans les sites offrant les meilleures conditions aux établissements spécialisés de l'entreprise.

- l'entreprise innovatrice directement issue de la recherche. La connaissance est créée hors de l'entreprise. Une telle logique innovatrice implique une base scientifique très solide et des technologies suffisamment novatrices pour qu'aucune continuité avec des expériences passées ne puissent apporter d'avantage décisif.

Derrière ces trois logiques innovatrices apparaissent trois processus spatiaux différents :

La rupture-filiation

La reconversion de tissus industriels anciens passe par des adaptations qui prennent la forme de ruptures-filiations complexes : rupture avec le passé (nouvelles normes technologiques, nouvelles formes d'organisation...) mais également filiation (réutilisation des acquis et des savoir-faire...), la combinaison des deux étant nécessaire à la réussite. "Ainsi, les tissus industriels ne bouleversent jamais tout à la fois : le marché, le produit, la technologie".

⁵⁰ Communication au colloque "Technologies nouvelles et développement Régional" Rapport cité.

l'attraction

L'innovation de la grande entreprise implique de la part des milieux, une capacité d'attraction d'entreprises extérieures. Deux types de situations peuvent se présenter :

* juxtaposition d'un milieu nouveau en formation à côté d'un milieu industriel ancien qui poursuit son déclin sans profiter de l'innovation dépendant de grandes entreprises ne cherchant dans la région que certains facteurs (sites vacants, aides publiques, infrastructures...), les centres de décision et de recherche étant maintenus à l'extérieur de la région.

* régions sans tradition industrielle offrant des éléments attractifs par des entreprises innovantes. Ces régions qui peuvent bénéficier d'un développement technologique "importé" sont choisies "non parce qu'elles offrent un marché du travail qualifié ou un appareil de formation perfectionné, mais parce qu'elles paraissent capables d'attirer hommes, entreprises et capitaux".

La polarisation.

"Les phrases d'émergence de nouvelles technologies peuvent donner lieu à l'apparition de formes spatiales polarisées, par lesquelles un grand nombre de petites entreprises se développent à la suite de l'impulsion donnée par une grande unité". La création et le développement d'entreprises ont été initialement le résultat d'essaimages provenant d'une université ou d'une grande entreprise. Il faut également noter que d'autres éléments que la seule connaissance interviennent dans la logique de polarisation (par exemple, une demande militaire importante et constante dans le cas de Silicon Valley).

A l'issue de cette présentation des processus, deux clivages majeurs apparaissent : entre développement endogène et développement d'origine extérieure ; entre développement par "l'amont" et développement par "l'aval".

Le cas du développement endogène paraît le plus courant, que le tissu productif soit généré par le processus de production des connaissances ou qu'il s'agisse de l'adaptation d'un tissu industriel.

D'autre part, c'est également le développement par "l'amont", par la capacité d'offre d'une région qui semble être le plus fréquent. Certaines régions manifestent une capacité à faire émerger une structure d'entreprises apportant la connaissance, l'initiative industrielle et l'innovation, comme dans le cas de la Silicon Valley. Dans les régions de tradition industrielle qui se reconvertissent, c'est également la capacité des entreprises à innover et à se restructurer qui entraîne une reconversion réussie.

Cependant, un développement par "l'aval" permet aussi de modifier ou de créer un tissu industriel. La demande peut venir de l'Etat (dépenses militaires, recherche publique, instrumentation scientifique), mais également d'autres entreprises avec la sous-traitance notamment.

La synthèse de tous ces éléments peut se faire dans le tableau ci-après, schématisant les types de milieux innovateurs, "étant entendu" - précise Ph. Aydalot - "que les milieux réels sont sans doute le plus souvent des mélanges des divers types idéaux signalés ici".

		Régions sans tradition industrielle	Régions de tradition industrielle
	Marché du travail	en formation	en mutation
Dynamisme local	Développement par la DEMANDE	Demande publique de recherche demande militaire (Californie)	FILIATION Concentration de la capacité d'innovation d'une région industrielle (Paris Sud) Sous-traitance, demande de produits technologiques.
	Développement par l'AMONT	OFFRE DE "CONNAISSANCES" POLARISATION spin off à partir de knowledge centres (Cambridge, Route 128)	EXISTENCE D'UN TISSU INDUSTRIEL ET SAVOIR-FAIRE RUPTURE - FILIATION - adaptation des entreprises (lura suisse) - spin off à partir d'entreprises qui disparaissent (Besançon) réemploi des acquis locaux, reconversion
Dynamisme externe	GRANDES entreprises	ATTRACTION Offre de facteurs de localisation implantation de grandes entreprises technologiques et de centres de R&D (Sophia-Antipolis)	ATTRACTION-JUSTAPOSITION Offre de facteurs de localisation implantation d'établissements de production en marge du système industriel existant qui poursuit son déclin dualité Charleroi, Newcastle.
	PETITES entreprises	Offre de facteurs de localisation et d'"ambiance" implantation de PME innovatrices (Tessin, Aix en Provence ?)	

TYPES DE MILIEUX INNOVATEURS

Il nous a semblé nécessaire d'insister sur l'influence du milieu régional en matière d'innovation. Nous retrouverons cet aspect important avec le développement des technopôles.

Un autre aspect doit maintenant être étudié : celui de la présence de services liés à la production.

c) Le rôle des services aux entreprises

Réalisée dans le cadre du programme de recherches portant sur les relations Centre-Périphérie en Suisse, l'étude d'A. Cunha et J.B. Racine ⁵¹ fait apparaître que "peu dotées de services spécialisées, certaines zones subissent un "court-circuit" qui entrave la

⁵¹ Le rôle des services aux entreprises dans une société post-industrielle. "Technologies nouvelles et décentralisation" Revue d'économie Régionale et Urbaine n° 5 - 1984 - pp.731-756

diversification du tissu économique régional et par conséquent, leur développement à court-terme".

La répartition des activités de services aux entreprises semble jouer un rôle déséquilibrant dans la dynamique régionale dans la mesure où, la présence de services spécialisés influencerait de plus en plus les préférences de localisation des industries.

"Le problème du développement des services aux entreprises constitue donc bien un enjeu important de la politique régionale", concluent Cunha et Racine.

La dynamique spatiale des emplois de services liés à la production industrielle en France, en la mettant en perspective historique à partir du début du siècle, a été étudiée par Antoine Valeyre ⁵² qui montre tout d'abord comment le développement de ces emplois, qui s'exercent aussi bien dans les entreprises industrielles que chez leurs prestataires, correspond à l'approfondissement de la division du travail.

A. Lapeyre aboutit à deux conclusions :

- une interdépendance étroite entre les dynamiques spatiales des services internes et externes. Ces deux catégories de services entretiennent des relations étroites et la frontière qui les sépare est d'autant plus mouvante que les fonctions assumées sont proches et souvent substituables. Il y a donc une forte concentration spatiale des services externes : très large prééminence de l'Ile de France, position moyenne des régions du Sud Est et situation défavorable des régions de l'Ouest, du Massif-Central et de la Franche-Comté.

- le rôle structurant des grandes entreprises dans la dynamique spatiale des prestataires de services. On peut observer une très forte concentration parisienne des prestations les plus spécialisées et des localisations dans les métropoles régionales pour des activités davantage banalisées. Cette polarisation est encore accentuée par le fait que ce sont surtout les grandes et moyennes entreprises qui recourent à des services extérieurs."Ces entreprises ont forcément structuré l'offre, tant dans son contenu par des demandes de prestations plutôt spécialisées, que dans sa dynamique selon leurs politiques d'extériorisation ou d'intériorisation des services, et sa répartition géographique".

Les PMI, quant à elles, font relativement peu appel à des services externes, en dehors des experts comptables et des banquiers. L'offre se révèle être inadaptée à leur demande : en effet, les offres spécialisées s'adressant à de grandes et moyennes entreprises ne correspondent pas à une attente d'intervention le plus souvent de caractère général. Dans l'état actuel des choses, un tissu productif composé essentiellement de PMI ne suscite pas l'offre de services aux entreprises.

La question se pose donc de savoir si les mutations de l'industrie, liées à la bureautique, à la télématique et donc aux transformations dans l'organisation des réseaux de pouvoir et d'informations des entreprises, "sont susceptibles de renverser la tendance séculaire à la concentration géographique des emplois de services liés à la production industrielle et de contribuer ainsi à un développement plus équilibré des différentes régions".

X

X X

⁵² "La dynamique spatiale des emplois de service liés à la production industrielle". Revue d'Economie Régionale et Urbaine n° 4 - 1985 - pp. 703-725.

L'influence de l'environnement économique régional sur les entreprises est démontrée et constitue une dimension significative de l'économie territoire.

Pour les auteurs qui ont développé ce concept, la dimension du partenariat est valorisée. On peut noter que l'ouvrage "La société de partenariat" ⁵³ porte en titre complémentaire "Economie-territoire et revitalisation régionale aux Etats-Unis et en France".

"Aujourd'hui, de nouvelles relations s'établissent aux Etats-Unis dans un espace géographique local (une agglomération) ou régional (un des 50 états) entre les administrations au sens large (collectivités territoriales, universités...), les entreprises privées et les salariés. L'objectif est de mobiliser des énergies pour accélérer la genèse et la diffusion des innovations, la création d'entreprises, la modernisation des unités de production, la formation des personnes. Ces pratiques, qui apparaissent aussi dans d'autres pays industrialisés comme la France, sont désignées sous le terme "d'économie-territoire" ⁵⁴.

Après avoir étudié certains aspects de l'économie-territoire, il faut s'intéresser aux facteurs conjoncturels qui justifient une action en faveur de la création d'entreprises.

C) Les facteurs conjoncturels d'une action en faveur de la création d'entreprises dans le cadre du développement régional.

Deux grandes catégories de facteurs peuvent être isolés :

- d'une part, ceux tenant à la demande d'entrepreneuriat, c'est à dire aux opportunités pouvant être exploitées.

- d'autre part, ceux tenant à l'offre d'entrepreneuriat, constituée par les entrepreneurs potentiels.

1 - Les facteurs liés à la demande d'entrepreneuriat.

Deux considérations limitent, à priori, l'étendue du champ d'investigation de la demande d'entrepreneuriat appréhendé au niveau régional :

- l'impossibilité de définir une liste exhaustive d'opportunités (voir Chapitre I), et ceci quel que soit le niveau géographique concerné, se vérifie bien évidemment au niveau régional.

- l'impossibilité de définir une structure productive régionale optimale apparaît également clairement. Il suffit de rappeler la faiblesse relative des relations d'interdépendance des entreprises d'une même région ⁵⁵. Il faut également citer les "difficultés du cheminement vers une structure industrielle européenne optimale" ⁵⁶ pour qu'à fortiori, les difficultés soient plus importantes encore au niveau régional.

Ces limites ne signifient pas pour autant qu'il ne faille pas intervenir afin de favoriser la création d'entreprises répondant à certains critères. Les développements précédents permettent de mieux cerner les orientations à privilégier.

⁵³ op. cit.

⁵⁴ Julien Savary, in "La société de partenariat" p. 31.

⁵⁵ Voir infra

⁵⁶ Pierre Maillat et Bernadette Andréosso. L'exemple de la machine outil/robotique - cahiers lillois d'Economie et de Sociologie n° 9 - 1er semestre 1987

Des aspects théoriques du développement régional, nous pouvons essentiellement retenir deux éléments :

- le développement endogène, à partir notamment de la valorisation des ressources régionales, qu'il faut donc identifier.

- la notion de pôles de développement avec la recherche d'activités pouvant être motrices.

De l'analyse de l'économie-territoire, nous pouvons retenir le rôle important joué par les entreprises prestataires de services aux entreprises dont il faut encourager la création lorsque cela est nécessaire. D'autre part, l'analyse des trajectoires technologiques de Ph. Aydalot permet de mieux définir un modèle régional d'innovation.

Il appartient donc aux responsables de l'action économique régionale de réaliser cet inventaire des ressources et des activités motrices dans leur région, de déceler l'absence de certaines activités dans le tissu productif régional, de favoriser le développement de nouvelles technologies. Cette démarche apportera des orientations, des idées d'activités, des opportunités susceptibles d'être exploitées... Tout ce travail ne pourra trouver sa concrétisation que si des candidats entrepreneurs décident de créer leur entreprise.

2 - Les facteurs liés à l'offre d'entrepreneuriabilité

La population d'entrepreneurs potentiels est relativement hétérogène : cadres, ingénieurs, chercheurs, étudiants... mais également techniciens supérieurs ou salariés ayant un niveau de qualification faible.

On peut penser qu'au cours d'une période donnée, un nombre important d'individus est susceptible de créer une entreprise ⁵⁷ et appartient plus précisément à la catégorie des candidats-entrepreneurs.

Le potentiel de candidats élevé peut constituer un élément déterminant dans la conduite d'une action de développement régional. Si l'on choisit comme indicateur de ce potentiel, le nombre de cadres susceptibles de devenir chef d'entreprise, il y a incontestablement une offre d'entrepreneuriabilité importante.

Un sondage réalisé en 1984 fait apparaître que 49 % des cadres interrogés ont ou un projet, ou une attitude favorable à la création d'entreprise :

"En matière de création d'entreprise, laquelle de ces situations est la plus proche de la vôtre?" ⁵⁸

* j'ai un projet de création d'entreprise :	13 %
* je n'ai pas de projet mais je suis prêt à saisir l'opportunité si elle se présente :	36 %
* je n'envisage pas de créer ma propre entreprise :	48 %
* ne sait pas :	3 %

⁵⁷ Comme en témoignent les enquêtes réalisées pour l'ANCE

⁵⁸ "Les cadres sont-ils des entrepreneurs ?" sondage exclusif BVA pour l'expansion 7/20 septembre 1984 pp. 42-49

Il est intéressant de rapprocher ces résultats d'une étude de l'INSEE relatifs aux taux d'installation par catégories professionnelles. Sur la période 1965-70, 20 000 cadres se sont mis à leur compte, ce qui représente un taux d'installation de 2,7 % (proportion d'installation parmi les actifs occupés aux deux dates cinq ans plus tôt). Entre 1980 et 1989, ce sont 72 000 cadres qui se sont mis à leur compte, faisant doubler le taux d'installation (5,4 %) ⁵⁹.

La comparaison de ces deux catégories d'informations fait donc apparaître un potentiel très important : 49 % des cadres éventuellement prêts à devenir chef d'entreprise et 5,4 % d'entre eux ont effectivement créé. La même étude de l'INSEE fait apparaître que la moitié des nouvelles entreprises employant plus de dix salariés ont été créées par des cadres.

X

X X

Il y a une demande d'entrepreneuriabilité qui prend des formes différentes selon les régions et qu'il faut s'efforcer de mieux connaître. Il y a une offre d'entrepreneuriabilité qu'il faut s'efforcer de révéler.

L'action sur la demande d'entrepreneuriabilité n'est pas systématiquement un but assigné aux programmes d'action entrepreneuriales mis en oeuvre dans le cadre du développement régional, alors que l'action sur l'offre l'est systématiquement.

§ 2 - Les actions, en faveur de la création d'entreprises, appropriées au développement régional

Comment agir avec efficacité pour que des candidats entrepreneurs puissent créer des entreprises à fort potentiel de développement ?

Deux grandes catégories d'actions peuvent être distinguées :

- celles axées sur la recherche de candidats entrepreneurs, notamment avec l'essaimage.

- celles davantage orientées vers l'accueil de créateurs et visant à appuyer le démarrage de la nouvelle entreprise. Ces programmes sont en général spécialisés, la spécialisation étant territoriale ou sectorielle. Il y a bien évidemment des relations entre ces deux catégories d'actions, et ceci pour une double raison :

- * on ne peut rechercher des candidats entrepreneurs sans se préoccuper de leur projet, comme on peut s'intéresser qu'aux projets sans se soucier de leur porteur.

- * dans les faits, des inter-relations s'établissent entre les différents programmes se développant. On peut observer dans la mise en oeuvre de beaucoup de ces programmes un souci du respect des principes d'action énoncés précédemment (chapitre XII) : l'intervention "juste nécessaire" de chacun des opérateurs concernés et le travail en réseau de ceux-ci.

Dans un domaine où, à partir de l'expérience d'entreprises et de certains sites on a beaucoup écrit, il nous semble seulement nécessaire de définir sommairement des actions

⁵⁹ P. Laulhé "se mettre à son compte : des installations plus nombreuses mais plus fragiles" - Economie et statistiques pp. 22-31.

en les situant les unes par rapport aux autres. Quant à leur mise en oeuvre, le recours à des méthodologies (notamment celle de l'ANCE) ou à des opérateurs spécialisés pourra s'avérer nécessaire.

A - Les programmes favorisant l'émergence d'entrepreneurs : l'essaimage

Dans ce type de programme, l'accent est essentiellement mis sur les premières phases du P.A.E., (Recherche et Sélection des candidats). L'essaimage concerne les salariés d'entreprises voulant favoriser la création d'entreprises. Mais, avant de développer ce type d'action, il faut signaler que d'autres programmes peuvent également favoriser l'émergence d'entrepreneurs. Ceux :

- s'adressant à des catégories professionnelles particulières sans lien avec une entreprise (ou à des demandeurs d'emploi) avec une communication spécifique. C'est l'exemple du programme "SUCCES" dans le Nord-Pas de Calais, à destination de cadres et d'ingénieurs. (chapitre XV)

- s'adressant à des chercheurs et des universitaires avec des entretiens individuels systématique (exemple des actions menées dans les Pays de Loire).

- s'adressant à des cadres dirigeants et utilisant des techniques de recrutement des "chasseurs de têtes" [il n'y a pas, à notre connaissance, (encore ?) d'exemples de tels programmes].

a) Définition de l'essaimage.

Nous avons déjà utilisé ce terme pour désigner simplement le fait qu'un créateur est issu de telle entreprise ; c'est le sens du mot "spin-off". Il faut observer que peu d'entreprises en création ne sont pas elles-mêmes issues, d'une façon ou d'une autre, d'une entreprise existante.

Ici, l'essaimage est une forme de création d'entreprise issue d'une opération par laquelle une entreprise favorise de façon systématique la création d'entreprises indépendantes d'elle-même par ses salariés.

"Le facteur essentiel" écrit J.P. Debourse ⁶⁰ n'est pas que l'entreprise essaimée soit issue d'une entreprise antérieure, mais que cette création résulte d'une stratégie volontariste de l'entreprise antérieure".

L'essaimage s'inscrit dans l'ensemble plus vaste des formes de création d'activités, celui-ci pouvant être analysé selon deux critères : le degré d'implication de la firme dans le projet et le degré de commandite (degré d'apport financier sans implication dans la gestion). Cette analyse aboutit à une typologie de créations d'activités : ⁶¹

⁶⁰ J.P. Debourse "L'essaimage et la stratégie de création" - septembre 1986

⁶¹ J.P. Debourse op. cit.

	Avec dissociation des apports de capitaux et de la gestion	Sans dissociation des apports de capitaux et de la gestion
Commandite Nulle (Absence d'implication de firme pré-existante)		Création d'entreprise indépendante
Commandite Forte	Commandite simple Essaimage	
Commandite moyenne ou faible	Out placement Management Buy Out Filiale de Venture Capital	
Commandite nulle (Implication totale de firme pré-existante)		Filiale propre Projet interne

La politique d'essaimage peut sembler, à priori, paradoxale : pourquoi une firme inciterait-elles un collaborateur à la quitter et l'accompagnerait-elle dans cette démarche ?

b) Les situations d'essaimages :

Plusieurs éléments peuvent expliquer le choix d'une politique d'essaimage :

- réduction d'effectif,
- désinvestissement,
- externalisation d'activités.

mais également, stratégie de développement en réseau ou gestion dynamique des ressources humaines. J. Bertherat ⁶² distingue les cas d'essaimages selon deux dimensions : d'une part, la relation entre le contenu du projet de l'essaimé et l'activité de l'entreprise mère d'origine, et la situation de l'emploi de l'entreprise d'origine d'autre part. Le croisement de ces deux dimensions amène à identifier 9 situations types d'essaimage :

⁶² J. Bertherat "L'essaimage : levier de la création d'entreprise" Rapport au ministre du Travail, de l'Emploi, de la Formation Professionnelle. La Documentation Française - 1989

Grille d'analyse des « politiques et pratiques d'essaimage »

Situation de l'emploi de l'entreprise d'origine	Relation entre le projet de l'essaimé et l'activité de l'entreprise d'origine		
	Projets personnels sans lien avec l'activité de l'entreprise d'origine	Projets personnels sur « activités connexes »	Essaimage d'activités « non stratégiques »
Plans sociaux explicites	1. L'essaimage, comme moyen de reclassement	2. L'essaimage, comme moyen de reconversion	3. L'essaimage, comme moyen de sauvetage partiel d'activités
Contexte de sureffectifs officiels ou potentiels	4. L'essaimage, comme moyen de départs volontaires incités	5. L'essaimage, comme moyen de reconversion	6. L'essaimage, comme moyen de recentrage sur les activités de base
Entreprise en développement	7. L'essaimage, comme moyen de gestion dynamique des ressources humaines	8. L'essaimage, comme moyen d'une politique de gestion de potentiels	9. L'essaimage, comme moyen d'une politique de diversification par « réseau ».

Du point de vue des créateurs d'entreprises essaimés, les motifs d'essaimage sont différents selon les situations rencontrées. Dans les situations dites "d'essaimage à chaud" (lorsque l'emploi est supprimé ou doit être supprimé), ce sont primitivement les motifs négatifs qui joueront, mais pas exclusivement. Une enquête effectuée auprès d'essaimés (rapport de J. Bertherat) fait apparaître quatre facteurs prioritaires :

- * le choix de la création comme refus de se retrouver au chômage ;
- * une alternative immédiate au traumatisme de la rupture du contrat de travail ;
- * une tentative pour maîtriser son propre destin ;
- * une tentative de réponse à une situation de sous-emploi chronique du bassin local.

Trois profils dominants ressortent de cette enquête :

1. Une recherche sur des activités proches du réseau de proximité de l'essaimé (en général reprise de fonds de commerce) : pour l'essentiel, il s'agit des salariés non qualifiés retournant à des activités traditionnelles.
2. Des projets plus élaborés auxquels les créateurs ont réfléchi depuis longtemps : il s'agit surtout d'ouvriers professionnels créant des activités de services nécessitant une qualification.
3. Des projets collectifs (en liaison avec l'essaimage d'activités) utilisant prioritairement des compétences en gestion et en organisation : il s'agit essentiellement de techniciens ou de cadres.

Dans les situations dites "d'essaimage à froid" (en dehors de toute situation de gestion de sureffectifs), nous retrouvons les motivations générales des créateurs d'entreprises (Chapitre XI).

c) Les limites de l'essaimage.

Les résultats quantitatifs de l'essaimage peuvent être appréciés de deux façons :

- au niveau des entreprises pratiquant l'essaimage, les résultats, aussi bien en nombre de créations d'entreprises que de créations d'emplois sont tout à fait significatifs : 1 000 créateurs en quatre ans chez Renault, 30 en deux ans chez Seita, ⁶³ 20 en deux ans chez Rank Xerox ⁶⁴, une cinquantaine en six ans chez IBM ⁶⁵.

Le nombre de salariés créant leur entreprise rapporté à effectif de l'entreprise essaimeuse présente une très grande dispersion selon les entreprises : ^{65 bis}

- de 10 à 20 créations pour 100 licenciements dans le cadre de plans sociaux formels, avec notamment des mesures explicites d'appui à la création, des équipes de reconversion ayant une formation minimale, des marchés de travail locaux fermés...(par exemple Normed) ;

- de 5 à 10 % de créations toujours par rapport aux nombre de licenciements, lorsqu'il n'y a pas les facteurs ci-dessus ;

- 0,5 % par an par rapport au nombre de salariés pour les situations de réaction à partir de projets personnels.

- enfin, des chiffres beaucoup plus faibles dans les autres cas.

- au niveau du parc total des entreprises, il faut bien convenir d'une très grande modestie du phénomène de l'essaimage. Les raisons tiennent d'une part au comportement des dirigeants d'entreprises et d'autre part à celui des salariés.

Toutes les entreprises ne se trouvent pas dans les situations décrites précédemment (dans un contexte de sureffectif ou en développement, ou voulant essayer des activités "connexes" ou "non stratégiques"...) ... D'autre part, des facteurs objectifs et affectifs peuvent intervenir. La faible proportion de cadres dans les effectifs des entreprises et la difficulté d'en recruter interdisent toute politique d'essaimage. Des chefs d'entreprises ne conçoivent pas d'inciter des collaborateurs compétents, avec lesquels un certain nombre de liens se sont tissés, à créer leur propre entreprise.

Les salariés, lorsqu'ils n'y sont pas contraints, peuvent également manifester des réticences à l'égard de la création d'entreprises.

Nous avons noté (Chapitre VI) l'importance d'une situation de rupture dans le processus de création d'entreprise. Des cultures locales peuvent également être des freins à la création d'entreprises.

Les limites de l'essaimage sont évidentes. Faut-il pour autant condamner cette politique ?

⁶³ Rapport de J. Bertherat, op. cit.

⁶⁴ Entreprises et carrières - 5 au 11 janvier 1990 p.19.

⁶⁵ Le Monde - 25 avril 1991

^{65 bis} Rapport Berthenat op. cit.

"La réponse ne peut-être négative" écrit JP. Debourse ⁶⁶, "car si ces résultats sont modestes, ils correspondent au premier lieu à la situation de problèmes personnels et d'emploi pour lesquels l'action est toujours préférable à la résignation.

L'essaimage favorise la mobilité des individus, la mobilité des organisations et constitue donc parmi d'autres un moyen d'introduire ou de favoriser le changement.

L'essaimage permet aussi de rendre économique des activités qui ne le sont pas ou qui ne le sont plus et d'éviter que ne soient pas exploitées des opportunités d'un potentiel parfois évident.

(...) Il est une des stratégies qui peut favoriser l'esprit d'entreprise, l'entrepreneurs, condition sine qua non d'un développement de la firme, de son renouvellement".

B - les programmes orientés vers les caractéristiques des projets de nouvelles entreprises : les technopôles.

Dans cette catégorie de programmes, nous pourrions faire une distinction très fine avec l'utilisation de critères de spécialisation territoriale et/ou sectorielle :

- à une spécialisation territoriale correspondent les technopôles et centres d'innovation.

- à une spécialisation sectorielle peuvent correspondre des programmes de mise en cohérence d'une filière.

- à une spécialisation sectorielle et localisée correspondent des centres d'innovation spécialisés ou des sites de reconversion.

Pour ce qui concerne les centres d'innovation, spécialisés ou non, et s'agissant d'un type particulier de pépinières, il n'est pas nécessaire d'en développer à nouveau les caractéristiques. Les autres aspects-reconversion d'un site industriel (par exemple la plate forme du groupe ORKEM accueillant des nouvelles entreprises utilisant les ressources du site) ou mise en cohérence d'une filière sont à intégrer dans le concept très général des technopôles.

a) "Technopôle, un concept pluriel"

Pour J. de Certaine⁶⁷, l'étymologie peut aider à définir le "concept pluriel" : de "polis", la cité, on a fait les technopôles (au féminin), villes ayant choisi d'épouser la science dans leur économie comme dans leur culture (...) au contraire, le technopôle, du grec "polos", sera la structuration d'un axe technologique, d'une filière, sans référence urbanistique : il peut donc y avoir plusieurs technopôles dans une technopôle !

Mais "pôle", ce peut être aussi "polein", vendre et le technopôle est alors le lieu de vente de la technique, c'est-à-dire du transfert technologique résultant de la fameuse "fertilisation croisée" dans le triangle d'or : recherche -industrie- université".

⁶⁶ JP Debourse op. cit.

⁶⁷ J. de Certaines "Fièvre technopolitaine et développement local" Futurible - Février-Mars 1989 pp. 15-22

Pour la DATAR ⁶⁸, il y a assimilation du technopôle et du parc scientifique : site spécialement aménagé pour accueillir les entreprises de haute technologie, en particulier des créations d'entreprises (issues des résultats de la recherche voisine) dans un "incubateur" ou pépinière d'entreprises.

Enfin, la Datar cite le concept de pôle technologique régional, proposé par le ministère de la Recherche : "Réseau régional de compétences scientifiques et techniques qui se mettent au service de l'industrie". L'interface entre laboratoires et entreprises peut être assuré par un CRITT (Centre Régional d'Innovation et de Transfert de Technologie) ou par des conseillers technologiques qui s'adressent aux entreprises" ⁶⁹.

b) Les Technopôles : évolution et perspectives.

Dans la période de croissance économique sont apparues des zones destinées à absorber des activités mal insérées dans le tissu urbain existant : c'est le cas des complexes de technologie avancée aux Etats-Unis (étudiés dans le chapitre précédent), de Tsukuba au Japon, de Sophia Antipolis et de la Zirst de Meylan en France. Ensuite, les technopôles ont été utilisées comme des réponses à la crise, proches du pôle de reconversion (Nancy-Brabois et Metz en Lorraine) ou volonté de valorisation d'un pôle de recherche existant (Rennes Atalante ou Montpellier).

"De nos jours, chaque élu veut sa technopôle. Mais on voit mal ce que donneraient 100 000 chercheurs français répartis en 4 000 cantons ou 36 000 communes : 25 chercheurs cantonaux ou 3 chercheurs communaux en moyenne ! N'est-il pas raisonnable de se limiter à la soixantaine de villes universitaires, une à deux par région ?" ⁷⁰.

En 1989, J. de Certaines recensait 54 sites à "idéologie technopolitaine" en France, une petite dizaine de réalisations effectives et seulement 4 technopôles au sens fort du terme".

Il y a donc du chemin à parcourir du rêve d'élu à sa transcription économique et urbanistique ; ce chemin peut passer par la définition d'objectifs dans un plan pluriannuel de développement économique local, la création des structures de gestion, de promotion et d'animation, la construction de pépinières d'entreprises..." ⁷¹.

Au total, l'investissement initial est élevé pour créer une technopôle : de 100 millions à un milliard de francs sur 10 ans ⁷².

Les technopôles, pour les plus anciennes d'entre elles, présentent des résultats satisfaisants notamment en termes de création d'emplois : 11 000 emplois créés à Sophia Antipolis, 3 500 à Grenoble, plusieurs milliers à Nancy ⁷³.

"En 1989, plus d'une entreprise de haute technologie s'est créée par jour à Toulouse, permettant quelques sept mille créations nettes d'emploi sur l'agglomération", déclarait le maire de la ville ⁷⁴.

⁶⁸ La méthode de la DATAR - juin 1988

⁶⁹ La méthode de la DATAR -juin 1989

⁷⁰ J. de Certaines. op. cit.

⁷¹ J. de Certaines. op. cit.

⁷² d'après B. Fache Science et Vie Economie - Avril 1990 p.54

⁷³ F. Langlet " Les Technopôles : Utopie ou gadget ?" Science et Vie Economie - Avril 1990. pp 51-58.

⁷⁴ Le monde 13-14 janvier 1991 p.15

Il semblerait cependant que les technopôles ne parviennent pas à diffuser largement leur activités au delà des zones urbaines ou périurbaines et que leur influence reste étroitement limitée sur le plan territorial..." Il semble bien que les technopôles tournent le dos, par nécessité interne, au tissu régional qui les entoure. Elles se vivent comme des têtes de réseaux de recherche, les noeuds d'un filet dont les mailles sont bien trop grosses, à quelques exceptions près, pour enserrer les territoires régionaux" ⁷⁵.

Dans la compétition technologique qui déterminera les équilibres économiques régionaux futurs, il apparaît comme étant essentiel de promouvoir des technopôles fortes et de favoriser, à partir de celles-ci, l'irrigation du tissu économique régional.

L'impression forte qui se dégage de cette étude des programmes d'actions entrepreneuriales est celle des difficultés de leur mise en oeuvre :

- décision de l'opportunité d'un P.A.E : nous avons souligné l'importance d'un diagnostic du territoire concerné, mais d'autres éléments peuvent interférer (prise de conscience des problèmes et orientation vers ce type de solution, fermetures brutales d'établissements...)

- élaboration du programme : quels buts ? quels moyens ? quelle cohérence ? Certaines actions sont ainsi tout à fait contestables ou pire, ont des effets pervers (par exemple, des investissements très lourds dans un projet grandiose et inadapté et dont l'échec empêche d'autres investissements tout en confortant une partie de l'opinion dans sa conviction de l'inanité du développement économique).

- la frébrilité des comportements de certains responsables, victimes d'effets de mode (par exemple la "fièvre technopolitaine") d'une certaine naïveté à l'égard d'opérateurs promettant des résultats tout à fait inespérés, d'une très forte méconnaissance de l'adéquation entre des outils et des buts (par exemple, l'intervention de sociétés de capital-risque pour de très petites entreprises)...

- enfin, l'absence dès la conception du programme d'une procédure d'évaluation permettant d'éventuelles corrections.

⁷⁵ G. Valles "Technopôles : des oasis dans le désert de la recherche" - Le monde 13-14 janvier 1991 p. 15

Sous Partie III

LA VALIDATION DU MODELE ET LA CREATION D'ENTREPRISES DANS LE

NORD - PAS DE CALAIS

Nous avons pris le parti d'isoler la présentation de notre activité professionnelle et de la faire figurer en fin de notre travail pour deux grandes catégories de raisons, correspondant aux deux dimensions de notre activité :

1 - Même si la population de porteurs de projets que nous avons rencontrés est relativement importante, celle-ci ne constitue pas le champ exclusif de notre recherche. Il fallait donc un traitement spécifique de cet ensemble de cas, nous permettant de valider la modèle de la création d'entreprises que nous avons élaboré¹, et ceci de deux façons :

- D'une part, en valorisant, dans l'analyse de notre activité de conseil auprès de porteurs de projets les apports de notre recherche ;

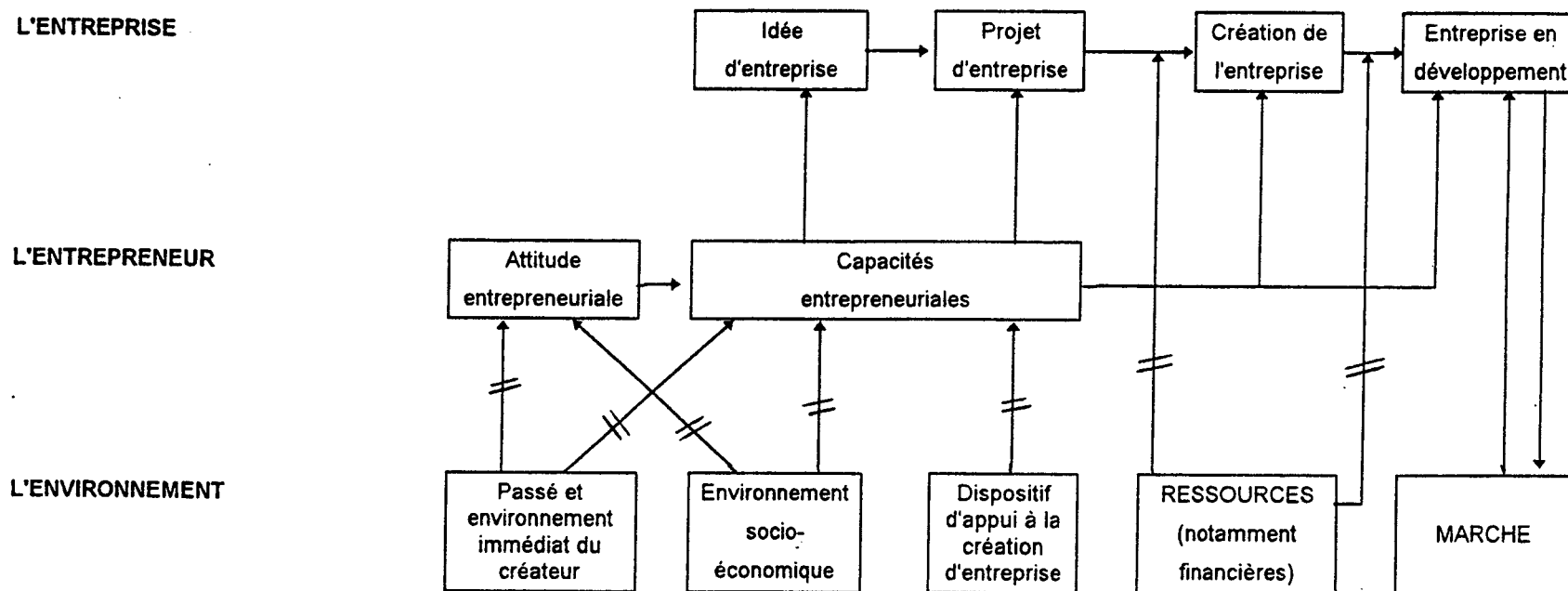
- D'autre part, en analysant les causes de non-crédation. La décision de ne pas créer est également explicative du phénomène de la création.

2 - La dimension régionale de l'action en faveur de la création d'entreprises est pertinente. Comment expliquer la faible entrepreneurialité dans le Nord-Pas de Calais ? Quelle stratégie adopter au niveau régional ? A ces deux grandes questions, il convient d'apporter des réponses.

¹ Schématisé ci-après

MODELE DE L'OFFRE D'ENTREPRENEURIALITE

Trois niveaux d'analyses :

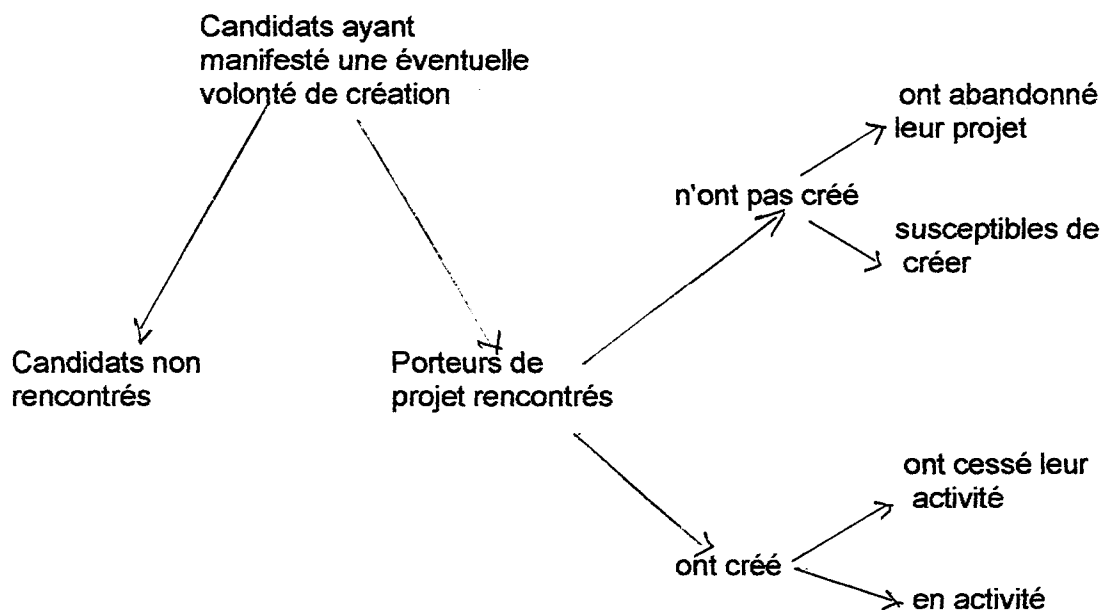


Le symbole // signifie que les relations entre l'entrepreneur et son environnement peuvent être inexistantes, ou établies partiellement et/ou incorrectement, du fait notamment de leur caractère aléatoire.

Chapitre XV

DU CREATEUR POTENTIEL A LA NOUVELLE ENTREPRISE

La répartition des candidats à la création et des porteurs de projet rencontrés peut se schématiser ainsi :



Il est intéressant de connaître les raisons pour lesquelles des candidats à la création s'étant manifesté ne donnent pas suite à leur volonté initiale. Nous avons pu étudier un échantillon de velleitaires dans le cadre du Programme Succès (Section II).

Nous avons également analysé la décision de ne pas créer d'entreprise (Section III).

Auparavant, il faut présenter le cadre d'intervention des rencontres avec les porteurs de projet (Section I).

Section I : Le cadre d'intervention

Créée par Jean-Pierre Debourse en 1982, la Direction du Développement Economique de l'Agence Régionale de Développement du Nord-Pas de Calais est composée de plusieurs départements dont un département création d'entreprises. La population des porteurs de projet accueillie dans le département se caractérise par son hétérogénéité et celle-ci entraîne une diversité des prestations du conseil.

§ 1 - L'hétérogénéité des porteurs de projet rencontrés

Cette hétérogénéité peut être appréciée de différents points de vue :

- **Profil du porteur de projet** : âge, sexe, niveau de formation, en activité ou demandeur d'emploi, profession exercée... déterminent des catégories très différenciées. D'autre part, tous les types d'entrepreneurs ("artisan", chef de petite entreprise, entrepreneur, propriétaire et entrepreneur, manager - Chapitre VI) sont représentés, avec cependant une très forte proportion des deux premiers types.

- **Etat d'avancement du projet** : certains déclarent ne pas avoir d'idée de nouvelle entreprise, tandis que d'autres ont déjà créé.

- **Secteur d'activité envisagé** : tous les secteurs sont représentés, avec une prédominance d'activités de service (près de 50 % des porteurs de projet, les autres se répartissant à peu près également entre l'industrie et le BTP et le commerce).

- **Demande formulée** : une très grande diversité de situation peut être observée, depuis l'interrogation sur un point de détail (charges sociales ou fiscalité par exemple) à l'appréciation globale d'un projet, en passant par une très forte fréquence de demandes d'information sur les aides financières à la création. Il nous appartient alors d'aller au-delà d'une demande très partielle pour apporter un véritable appui au porteur de projet (voir ci-après).

- **Origine de la relation avec l'ARD** : L'hétérogénéité des porteurs de projet rencontrés peut notamment s'expliquer par la diversité des mises en relation :

* notoriété de l'ARD, avec ses publications, ses manifestations...

* prescription d'élus ou d'autres opérateurs de la création d'entreprises, tant au niveau régional qu'au niveau national (ANCE et France Initiative Réseau par exemple).

* actions d'information spécifiques en faveur de la création d'entreprises : participation à des manifestations, conférences... ; articles de presse et actions de communication (cf programme Succès).

* réseaux informels de circulation d'informations : les porteurs de projet déjà rencontrés, les chefs d'entreprises connaissant l'ARD... sont à l'origine également de mises en relation.

- **Devenir du projet** : dans le tableau suivant sont présentés, année par année, le nombre de porteurs de projet rencontrés avec une ventilation en différentes catégories :

* certains avaient déjà créé leur entreprise et se situaient en phase de démarrage d'activité.

* 189 ont créé leur entreprise après un (ou plusieurs) entretien(s) ; le taux de transformation, 54 %, se situe dans la partie haute de la fourchette des observations au niveau national (de 30 à 60 %).

* parmi les entreprises créées, 39 ont cessé leur activité.

* nous estimons que 128 porteurs de projet ont abandonné toute éventualité de création d'entreprise, tandis que nous considérons que 33 porteurs de projet (les plus récents) sont créateurs potentiels, c'est-à-dire susceptibles de créer, à plus ou moins long terme, leur entreprise.

* enfin, nous n'avons pas pu obtenir d'informations sur 40 porteurs de projet figurant dans la dernière colonne "introuvables".

Année	Nombre de porteurs de projets	dont entreprise déjà créées	Nombre d'entreprises créées	Nbre d'entreprises ayant cessé leur activité	Nbre de porteurs de projet ayant abandonné	Créateurs potentiels	Introuvables
1982-1983	37	2	16	6	13		6
1984	25	1	12	5	8		4
1985	33	2	14	3	13		4
1986	52	4	25	6	16		7
1987	27	2	12	2	11		2
1988	32	3	20	4	6		3
1989	39	3	21	4	11		4
1990 (1)	77	4	28	4	30	10	5
1991	41	4	16	3	9	9	3
1992	41	3	17	2	8	11	2
1993(2)	15	1	8		3	3	
Total	419	29	189	39	128	33	40

(1) Incidence du Programme SUCCEs

(2) Pour les cinq premiers mois

§ 2 La diversité des prestations de conseil

L'hétérogénéité de la population de porteurs de projet rencontrée impose une diversité des prestations de conseil, dans sa durée comme dans son contenu. Un entretien avec un porteur de projet dure une heure à une heure trente, parfois davantage. L'élaboration de certains projets nécessitent plusieurs entretiens ; dans certains cas, l'accompagnement préalable à la création nécessite la participation à des réunions avec d'éventuels partenaires du projet.

Dans son contenu, la prestation de conseil peut prendre l'une des trois formes suivantes : apporter une solution à un problème déjà diagnostiqué ; aider au diagnostic ou aider au changement.

A - La solution à un problème diagnostiqué.

Le problème a été analysé par le créateur d'entreprise qui recherche une information plus ou moins précise et plus ou moins adaptée.

Il s'agit d'abord de vérifier l'identification et la formulation du problème énoncé et donc la pertinence de la demande d'information. Le cas extrême peut être celui de l'interrogation relative à l'exonération de l'impôt sur le bénéfice alors que l'examen du projet amène à douter de la réalisation d'un bénéfice.

Le problème qui se pose le plus fréquemment est celui du financement du démarrage du projet, abordé souvent par le biais de demande d'information sur les aides financières. Après s'être assuré de la vraisemblance du compte de résultat, et donc de la qualité du projet, il faut s'attacher à l'examen du plan de financement prévu, et être singulièrement attentif à ce qui est prévu pour la première année, d'abord au niveau des besoins. En effet, les investissements matériels peuvent être minorés, les investissements immatériels absents et la constitution du besoin en fonds de roulement oubliée. Au niveau des ressources de financement à terme, il est également nécessaire de tempérer les prévisions (lorsqu'elles ont été faites) relatives à l'autofinancement avec la difficile appréciation de la "montée en puissance" du projet (voir chapitre XII). Il est donc nécessaire de rassembler des ressources pour un montant souvent supérieur à celui qui avait été prévu initialement par le porteur de projet et à rechercher des pistes de solutions au problème du financement :

- Augmentation des fonds propres : l'éventualité de la constitution d'une société anonyme et de la recherche d'actionnaires dans l'environnement du créateur ne doit pas être repoussée à priori, mais au contraire envisagée comme étant le point de départ d'un montage financier adapté (voir chapitre IX).

- Recherche de quasi-fonds propres : Les actionnaires peuvent également intervenir en comptes courants d'associés. Des garanties peuvent être sollicitées, des prêts d'honneur (Fondation Nord Entreprendre, Plates Formes d'Initiative) demandés.

- Dans ces conditions, le recours au crédit bancaire se fera dans des conditions meilleures d'acceptabilité.

B - L'aide au diagnostic

Dans ce type de prestation, le créateur potentiel avec lequel nous travaillons se trouve dans une situation confuse, qu'il ne maîtrise pas bien, et sans hypothèse de solution. Il s'agit donc d'analyser une situation, de déterminer les forces et les faiblesses du porteur de projet, ou du projet, de définir des contraintes... et de dégager des solutions possibles.

Nous choisirons deux catégories d'exemples pour illustrer cette démarche.

- Le choix d'un projet de nouvelle entreprise : Cadre supérieur dans la grande distribution, 40 ans, Y.B. travaille beaucoup et souhaite devenir chef d'entreprise, recherchant le "bénéfice des fruits de son travail". Ses perspectives sont diverses : reprise d'une entreprise existante (mais comment faire ? ..), création d'entreprise avec l'appui d'un franchisseur dans le domaine de la distribution ou de la restauration rapide... mais, a priori, pas d'idée de nouvelle entreprise sans l'exploitation en franchise. Au cours de la discussion, Y.B. jeune marié et jeune père, passionné d'histoire et d'archéologie, laisse deviner ce qui lui plairait : une activité qui, à moyen terme, lui laisserait un peu de temps libre et la possibilité d'organiser son temps de travail ; une activité impliquant recherche et réflexion, orientée davantage vers la résolution de problèmes nouveaux que la gestion "balisée" d'unité(s) en franchise. Et finit par apparaître une idée de création d'un cabinet de conseil de formation, visant une demande potentielle qui devrait se révéler... Y.B. a évoqué cette éventualité avec un de ses amis et ils étudieront ce projet.

- Le choix d'une création en équipe : Deux aspects peuvent être distingués dans la création en équipe :

* La constitution d'une équipe est-elle une condition nécessaire à la réalisation du projet ?

* Les futurs partenaires pourront-ils constituer une équipe efficace ?

L.C., jeune diplômée, ayant travaillé en qualité de vacataire pour une société de prestation de services à des entreprises, envisage d'exercer cette activité pour son propre compte. Au cours de l'entretien, plusieurs insuffisances apparaissent : champ de prestation limité, expérience dans le démarchage commercial inexistante, intérêt pour la gestion d'une organisation trop limité... et manque de confiance en soi pour devenir chef d'entreprise. Nous avons reçu J.D., cadre demandeur d'emploi voulant éventuellement créer une entreprise dans un domaine qui pouvait être celui de L.C., présentant beaucoup de complémentarités avec celle-ci (et notamment dans l'élargissement du champ de prestation) et voulant créer en partenariat . La relation entre eux fut établie et la société créée.

Jeune designer et ergonomiste, V.J. est passionné, créateur, imaginatif, enthousiaste.. Il vient de créer un cabinet mais a beaucoup de difficultés à suivre ses projets et à transformer des contacts commerciaux en contrats signés. D'autre part, il pourrait éditer, en ayant recours à la sous-traitance, et commercialiser certaines de ses créations. Pour pérenniser la nouvelle entreprise, il faut impérativement un partenaire. Nous organisons une mise en relation avec F.L., méthodique, organisé, prudent... ayant une compétence très forte dans le domaine commercial. Ils conviennent d'une période d'essai de quatre mois, qui ne se révèle pas concluante. Le cabinet de V.J a disparu et F.L a créé sa propre entreprise.

Artisan reconnu dans sa spécialité, B.V. décide, à l'instigation de son épouse, de quitter l'entreprise familiale (dirigée par son père et dans laquelle travaille un de ses frères) et de "s'installer à son compte". Les divergences de vues nous apparaissent très vite : B.V est typiquement "artisan", son épouse appartiendrait plutôt à la catégorie des "entrepreneurs-propriétaires" (voir la typologie des créateurs chapitre VI). Après avoir travaillé dans la nouvelle entreprise artisanale, l'épouse a créé sa propre entreprise, qui connaît un développement prometteur.

C - L'aide au changement

Devenir chef d'entreprise pour quelqu'un qui ne l'a jamais été constitue un changement fondamental aussi bien dans sa vie professionnelle que privée. Nous verrons cet aspect plus loin; intéressons nous ici à la démarche de changement dans la modification du projet.

Formatrice dans une école spécialisée, C.M. observe qu'il n'y a pas de manuel performant, mais seulement des rééditions d'un vieil ouvrage. C.M. veut réaliser des auxiliaires pédagogiques sous forme de cassettes vidéo. Des collègues sont intéressés à l'idée, sont d'accord pour participer au projet, des contacts sont pris pour un site de tournage...

Nous recevons C.M. pour un premier entretien et nous efforçons de dissocier les différentes phases et activités : conception des modules de formation, réalisation, édition, diffusion... avec notamment l'intervention de professionnels de l'audio-visuel et un coût élevé de réalisation. C.M. n'avait pas vu tous ces aspects, elle avait seulement imaginé l'utilisation de la vidéo dans ses séances de formation... Il fallait modifier le projet : écrire un manuel, l'éditer et le diffuser, puis dans une phase ultérieure envisager la création d'outils tels que les cassettes vidéo. Il fallait organiser la réalisation du projet et bien distinguer l'activité d'auteur de celle d'éditeur (les collègues intéressés ont abandonné toute participation dans la rédaction du manuel). Une société d'édition, dirigée par C.M. a été constituée, le manuel (délivré en trois tomes) a été édité et diffusé en utilisant des techniques de marketing direct. Les résultats de la société sont satisfaisants. C.M. envisage l'édition d'autres supports..

Nous avons à faire accepter le changement à un porteur de projet et ce faisant, nous contribuons à lui apprendre son futur métier de chef d'entreprise. A une vision irréaliste, parce que toute la démarche pour y parvenir n'a pas été analysée , il faut substituer une autre image de ce que sera l'activité future.

La première réaction du porteur de projet sera souvent sera d'argumenter en faveur de la solution imaginée. Puis, il devra être capable de surmonter cette déception et d'élaborer un projet modifié.

Dans beaucoup de cas, les porteurs de projet apprécient notre rôle de déclencheur et de facilitateur de changement. Ils s'approprient la maîtrise d'un processus décisionnel : bien identifier et formuler un problème, recenser les contraintes, élaborer des solutions et les évaluer, pour enfin choisir la solution qui résoudra au mieux le problème initialement posé.

Ceux qui ont fait un choix a priori, et qui se révèlent incapables d'accepter le changement de leur projet ne pourront, dans la quasi-totalité des cas, le mener à bien (Section III).

§ 3 - Les caractéristiques de la prestation de conseil

S'il y a diversité dans les prestations de conseil, celles-ci présentent cependant des caractéristiques communes :

- D'abord, dans ce qui est apporté, en général, aux porteurs de projet ;
- Ensuite, dans le traitement des problèmes qui se posent dans tout projet ;
- Enfin, dans l'aide à la prise de décision de création (ou de non création).

A - Les apports au porteur de projet

Bien que les autres caractéristiques de la prestation (traitement des problèmes et aide à la prise de décision) constituent des apports au porteur de projet. Nous limiterons le recensement aux trois catégories ci-dessous.

a - L'apport d'informations

Celles-ci peuvent être divisées en deux catégories :

- Les informations relatives à la création et à la vie de l'entreprise.
- Les informations spécifiques à l'activité envisagée.

Ceci nécessite l'accès à des bases documentaires.

b - L'apport méthodologique

Les dossiers guide "création d'entreprise" de l'ANACE constituent une base de travail tout à fait intéressante. D'autres outils peuvent être utilisés (manuels plus complets ou logiciels d'élaboration de projets). Mais, il est impératif de "faire faire" par le créateur (et non de faire soi-même) d'être pédagogue, c'est-à-dire d'expliquer les techniques d'élaboration, et enfin, dans certains cas, de vérifier la cohérence de l'ensemble du projet. Il faut avoir présent à l'esprit que l'objectif du consultant ne doit pas être d'aboutir à la constitution d'un "beau" dossier, mais d'avoir utilisé cette période d'élaboration du projet pour contribuer à la formation du futur chef d'entreprise.

c - L'insertion dans les réseaux

Nous avons précédemment insisté sur cet aspect.¹ Après avoir défini les besoins dans l'élaboration du projet nécessaires à sa phase de démarrage, il faut orienter le porteur de projet vers le centre de ressources adéquat : structure(s) de financement, pépinière d'entreprise, expert, réseaux plus ou moins formalisés d'appui à la création...

B - Les problèmes à traiter

Deux grandes catégories de problèmes se posent en permanence dans l'élaboration de tout projet : il s'agit, d'une part, d'insérer le projet de nouvelle entreprise dans son environnement et, d'autre part, d'envisager les moyens à mettre en oeuvre, et leur organisation, pour la phase de démarrage.

a - L'insertion du projet dans son environnement

Le créateur doit conduire une démarche toute classique de planification d'entreprise : définir une stratégie, un plan opérationnel à moyen terme et les budgets de la première année d'exploitation.

Nous insisterons sur deux points : l'adéquation du couple produit/marché et la prise en considération de l'offre globale.

Deux aspects sont à considérer dans la **définition du couple produit/marché**. D'abord, s'il y a besoin il faut qu'il y ait également une demande. L'absence de solvabilité d'un besoin est une des causes de non création (section III) ou d'échec (voir infra).

¹ Chap IX

Ensuite, il faut que les informations recueillies permettent de penser que la demande potentielle soit suffisante pour atteindre un seuil de rentabilité, ce qui renvoie aux caractéristiques de l'offre et à la configuration du projet.

Jeune chef des ventes dans une société de négoce de mobilier et d'équipement de bureaux, P.D. étudie un projet de création dans ce même secteur d'activité. Il a défini un chiffre d'affaires qu'il pense pouvoir atteindre et a une vision sommaire mais suffisante de l'organisation à mettre en place et des charges afférentes. Enfin, il connaît le taux de marge brute qu'il pourra pratiquer. P.D. est d'abord surpris lorsque nous lui apprenons que le C.A. qu'il envisage est nettement inférieur au seuil de rentabilité que nous calculons. Ensuite, nous l'interrogeons sur l'avantage compétitif qu'il compte exploiter. Sur un marché qu'il juge lui-même comme "n'étant plus euphorique", avec une concurrence de plus en plus forte de grandes surfaces spécialisées dans l'ameublement et l'approvisionnement d'entreprises dans des Hôtels des Ventes (suite à des défaillances), il faut impérativement présenter aux clients démarchés une spécificité, que P.D. cherche à définir.

"A priori, il n'y a pas de mauvaise idée de nouvelle entreprise", avons nous déjà écrit. Encore faut-il qu'il y ait une demande potentielle et que celle-ci soit suffisante pour que la nouvelle entreprise soit viable.

Le second point qui nous semble important concerne la **prise de considération de l'offre globale**, c'est-à-dire de toutes les variables du marketing-mix. Le choix de la politique de distribution et de la politique de communications doit être judicieux. Dans beaucoup de cas, cette dernière doit, dans un premier temps de limiter à l'élaboration d'une charte d'identité visuelle adaptée et à des opérations de relations publiques peu coûteuses.

Quant à la politique de distribution, il faut que celle-ci soit adaptée au type de clientèle que l'on souhaite atteindre. Pour quelqu'un voulant proposer ses services aux entreprises, la démarche souvent envisagée, consistant à faire réaliser une plaquette et un plublipostage afin de faire remonter 80 demandes de contacts ("en appliquant un taux de 2% à 4 000 envois") et de conclure 20 contrats ("on peut compter qu'un quart des contacts déboucheront ..."), n'est pas une démarche réaliste. La démarche de commercialisation la plus efficace consiste à prospecter, à prendre rendez-vous, à démarcher... Une implication personnelle est nécessaire. Le refus de l'admettre peut-être une cause de non création.

La politique de distribution doit être adaptée à la situation de la nouvelle entreprise, ce qui élimine les "reproductions" de pratiques commerciales. Directeur des ventes de la filiale française d'un groupe important spécialisé dans l'équipement de cuisines de collectivités et professionnelles, J.R. était associé à un de ses collègues ayant mis au point une éplucheuse de légumes présentant la particularité de fonctionner avec la pression de l'eau qu'utilisait la machine, et n'était donc pas équipée de moteur électrique. Les avantages de ce procédé étaient nombreux, mais l'innovation ne s'imposa pas sur le marché et la jeune entreprise dut cesser son activité. Lorsque nous avons rencontré J.R., son action commerciale était lancée. Il avait opéré comme lorsqu'il était dans sa précédente société, bénéficiant d'une forte notoriété et d'une image de sérieux, d'une gamme classique et connue : envoi aux clients potentiels d'une liste d'appareils avec leurs caractéristiques, d'un tarif, et des conditions de vente (notamment d'un taux de remise) accordées. J.R. avait procédé de la sorte pour le nouvel appareil, et avait été très réticent à admettre, au cours de notre entretien, que la vente de la machine nécessitait une démonstration, qu'il fallait convaincre le client éventuel et que le niveau de prix, par rapport aux appareils concurrents semblait trop élevé (malgré l'avantage qu'il présentait) ; d'autre part, la vente d'un seul appareil et donc l'absence d'une gamme limitait le chiffre d'affaires potentiel. La lenteur dans la mise en oeuvre de la réorientation de la politique de distribution condamna la nouvelle entreprise.

b - Le choix des moyens dans la mise en oeuvre du projet

Le créateur doit prendre conscience qu'un niveau nécessaire et suffisant de moyens est à rechercher. Ceci amène à formuler trois observations :

- La nouvelle entreprise doit assurer sa pérennité. Si au moment du démarrage de l'entreprise, ou d'une manière tout à fait ponctuelle et exceptionnelle, la famille et les amis peuvent "donner un coup de main", le recours à une main d'oeuvre bénévole et non professionnelle ne peut être envisagé d'une façon permanente.

- Il faut décider d'investissements strictement indispensables et d'un niveau de charges fixes incompressibles. Ceci a pour conséquence d'exploiter toutes les possibilités offertes par le marché en matière de sous-traitance, de location, de prestations de services...

- Enfin, la prise en compte de la contrainte des moyens et la recherche d'un niveau limité pour ceux-ci peuvent amener à revoir la stratégie et les politiques, notamment celle de distribution.

Deux futurs associés, licenciés économiques, voulaient ouvrir un magasin, dans une ville de 5 000 habitants, afin de vendre des boissons et essentiellement des vins, avec un positionnement " haut de gamme" de leur activité (assortiment, enseigne, décoration du magasin...).

Deux remarques s'imposaient :

- L'importance du besoin de financement, avec l'achat du fonds, l'aménagement du local commercial, la constitution d'un stock significatif, l'investissement promotionnel pour attirer la clientèle...

- La difficulté prévisible d'atteindre un seuil de rentabilité élevé, compte tenu de la rémunération des deux associés, des charges du magasin...

A nos interlocuteurs nous faisons état de quelques observations :

- La vogue et la qualité de "vins de terroir à petits prix" présentés dans les magazines, mais quasiment absents à l'époque des circuits de distribution.

- Le fait qu'une entreprise de VPC, spécialisée dans le textile avait réussi à se constituer un réseau de correspondantes dans un grand nombre d'organisations. La correspondante recevait le catalogue de la société, le faisait circuler auprès des autres salariés, prenait les commandes et les paiements, les adressait à l'entreprise de VPC, recevait le colis avec l'ensemble des commandes, les répartissait...

- Enfin, l'on peut constater la multiplicité des "relais" de producteurs de vins, qui prennent des commandes groupées et parviennent ainsi à faire baisser le prix unitaire.

Ces trois observations nous amenaient à faire la proposition suivante :

- Mettre au point un assortiment, en sélectionnant les fournisseurs, après les avoir rencontrés, testé leur production et négocié des conditions de vente.

- Elaborer un catalogue.

- rechercher des relais, utiliser des réseaux informels mais également prospecter auprès des clients potentiels professionnels pour commercialiser les produits.

Cette proposition présentait d'incontestables avantages : absence de stockage (et donc de locaux important) puisque les commandes aux fournisseurs suivaient celles des clients ; besoin de financement initial faible (frais liés à la recherche de fournisseurs et de prospects) ; coût de sortie quasiment nul.

Les deux créateurs potentiels n'étaient pas convaincus. Leur objection concernait la nouveauté de la démarche "aucun négociant en vins ne fonctionne comme cela..." Il leur semblait que le risque était plus grand parce que non repérable ; l'image du magasin avait quelque chose de sécurisant pour eux. Une réticence à vouloir s'impliquer personnellement était perceptible, peut être parce que la démarche de prospection était perçue comme une sollicitation humiliante, alors qu'accueillir dans un magasin correspond à un statut social plus élevé.

Le magasin a effectivement ouvert en 1988. L'un des associés, a dû abandonner après quelques mois, l'autre n'a résisté que parce que son épouse avait un salaire confortable, et qu'il a fermé épisodiquement son magasin afin de prospecter des clients professionnels. En 1992, il avait trouvé un entrepôt lui permettant de rationaliser son stockage, voulait pratiquer la vente directe et chercher un repreneur pour son pas-de-porte.

C - L'aide à la décision de création

Lorsque le projet est élaboré et les ressources réunies, que se manifeste un authentique esprit d'entreprise chez le porteur de projet, et que nous avons "l'intime conviction" que la création a une probabilité quasi certaine de succès, nous devons encourager le porteur de projet dans sa décision.

Il s'agit de convaincre, sans vouloir imposer un point de vue, et en respectant bien évidemment la liberté de choix du candidat. Nous analyserons ultérieurement les difficultés d'une prise de décision.

Dans d'autres cas, il nous est demandé un avis. La décision est pratiquement prise et le créateur potentiel cherche à conforter sa décision par un appui réel et loyal. Ou bien la réalisation nous semble tout à fait envisageable dans de bonnes conditions, ou bien un risque d'échec apparaît. Le porteur de projet apprécie alors la probabilité de survenance du risque et décide. Dans les situations de ce type, le risque est lié à la montée en puissance de l'activité de la nouvelle entreprise.

Découvrant par hasard un dispositif électronique de réglage de moteurs de voitures, G.C. décide de créer une entreprise exploitant deux stations mobiles. Il recherche et dépose une marque et envisage un développement rapide de l'entreprise en utilisant la franchise. G.C s'adresse à deux types de clientèles : les particuliers, qui pourraient accéder à une station mobile située sur un parking public ou d'hypermarchés et les entreprises dont le parc de véhicules serait traité chez elles.

Il est difficile d'appréhender l'accueil qui sera réservé à ce service. Une enquête par questionnaire est réalisée auprès d'un échantillon d'entreprises. Les réponses ont la fiabilité toute relative des réponses aux questions relatives aux intentions d'achat.

Comment les automobilistes réagiront-ils à un service de réglage (et non de réparation), avec un temps d'intervention et un éventuel temps d'attente, service nouveau qui doit correspondre à un achat impulsif puisque la station est mobile, et sa présence inopinée ?

Faut-il mettre au point un système de communication et de prises de rendez-vous sur des sites selon un calendrier pré-établi ? Dans l'hypothèse d'une campagne de communication, quelle cible veut-on toucher ?

Le démarrage du projet se fait avec toutes ces inconnues. L'on pouvait penser que les automobilistes utilisent très largement le temps de présence sur un site. Cela ne s'est pas produit et l'entreprise a cessé son activité au bout de quelques mois.

Enfin, nous avons rencontré des créateurs dont le projet présentaient des insuffisances, dont la faisabilité était incertaine et qui ont accepté des modifications, des révisions, des recherches de ressources complémentaires avant de décider de créer. D'autres, et il s'agissait dans les situations rencontrées de réserves très fortes émises à l'égard du choix du couple produit/marché n'ont pas voulu prendre en compte ces réserves. Nous avons employé l'expression "d'échec programmé" pour les mettre en garde. Cette anticipation s'est hélas vérifiée.

Deux juristes de formation décèlent un besoin de conseil juridique des collectivités locales. Certains élus les assurent que c'est une excellente idée, et que, "devant la complexité de la législation et de son évolution, les collègues doivent être vraisemblablement désemparés". Les futures créatrices pensent proposer deux types de services : interventions ponctuelles et formules d'abonnement ("une sorte de S.V.P"). Nous tentons de les convaincre que si le besoin d'information juridique existe, la demande pour de telles prestations n'existe pas. Certaines collectivités, les plus importantes, ont des collaborateurs compétents dans ce domaine et, d'une manière générale, les administrations, que ce soit au niveau central ou préfectoral sont à même de pouvoir fournir les réponses aux problèmes posés, gratuitement, dans des délais satisfaisants et avec une excellente fiabilité. Un service d'information juridique fonctionne d'une manière comparable à des associations d'élus, ou dans un organisme financier opérant avec les collectivités. Le cabinet, créé, ne fonctionna que quelques mois.

X

X X

L'activité de conseil auprès de porteurs de projet est elle comparable à celle s'exerçant auprès d'entreprises installées ? Il y a deux grandes catégories de divergences et deux fonctions permanentes communes entre ces deux activités.

La première divergence concerne les interlocuteurs. Nous avons affaire à des porteurs de projet (qui ne créeront pas toujours) et qui n'ont pas tous ni de formation, ni de passé en entreprise. Il ne s'agit donc pas de la même qualité de relation, ni de la même qualité d'intervention.

Notre relation avec le créateur potentiel est non marchande, et c'est la seconde différence. On peut penser que l'information donnée ou la prestation assurée ne soit pas toujours perçue à sa juste valeur, que sa crédibilité puisse être mise en cause. Mais à l'inverse, on peut également penser que le porteur de projet est moins exigeant dans sa demande d'une entreprise existante. A la limite, le créateur potentiel peut se déclarer satisfait pour la réponse à la question qu'il pose, alors que, nous l'avons vu nous avons d'autres apports à faire et des problèmes à traiter. Enfin, le choix d'un service gratuit peut se faire sans beaucoup de recherche (et le porteur de projet peut multiplier ces consultations gratuites auprès des

différents opérateurs), tandis que l'entreprise existante s'efforcera de choisir en fonction de critères précis ².

Deux fonctions permanentes sont communes à l'activité de conseil :

- "Le conseil est abeille. Il "butine" dans le champ du management. [...]. Il est diffuseur de pratiques et d'expériences et pas seulement d'informations ou d'opinions. . D'autre part, il est le lien entre les domaines de la recherche et la pratique.[...].

- Le conseil est muse. Il est l'inspirateur d'idées, de décisions, de choix stratégiques, il est le catalyseur et le pilote de certaines évolutions"³.

Section II - Les Vellétaires

Pour quelles raisons des candidats à la création s'étant manifesté ne donnent pas suite à leur volonté initiale ? Nous avons pu étudier un échantillon de vellétaires dans le cadre du Programme Succès.

§ 1 - Le Programme Succès

L'objectif du programme succès, décidé par le Conseil Régional Nord-Pas de Calais et piloté par l'Agence Régionale de Développement, était de provoquer la création d'entreprises à potentiel de développement significatif, par des cadres et ingénieurs. Succès s'adressait donc essentiellement à ceux qui, exerçant ou ayant exercé des responsabilités en entreprise, n'ont pas encore créé la leur.

Quelles sont les raisons qui ont présidé au lancement du programme Succès ? Comment s'est-il déroulé ? Quels en ont été les résultats ? Trois grandes catégories de questions auxquelles il faut apporter des réponses.

A - Les constats

Il y avait une volonté de l'Institution Régionale d'agir en faveur de la création d'entreprises, avec une nécessité d'intervention pour que les ressources disponibles se rencontrent et se combinent afin de créer de nouvelles activités. Succès était en quelque sorte un "entrepreneur en entrepreneurs", rassemblant, combinant, complétant des ressources éparses pour susciter des projets et des créations d'activités.

La volonté d'intervention, avec le programme Succès était née de plusieurs constats : d'abord, celui de l'existence d'un potentiel de créateurs ; ensuite, ceux liés à la démarche de création et à l'environnement régional des créateurs.

a - Les cadres et la création d'entreprises.

Disposant de résultats de sondages effectués au niveau national et donnant les résultats déjà cités (chap. XIV), nous avons voulu avoir une indication de l'attitude des cadres du Nord-Pas de Calais à l'égard de la création d'entreprises.

Nous avons donc réalisé une enquête par questionnaire auprès d'un échantillon régional choisi d'une manière aléatoire ⁴.

² ("les petites structures de conseil en management 1992" collection Etudes Direction Générale des Stratégies Industrielles - Ministre de l'Industrie)

³ (Gilles Rastou, Maurice Thevenet "L'abeille et la muse" RFG nov. déc. 1989)

L'éclairage apporté par cette enquête est tout-à-fait intéressant :

- La création d'entreprises est un thème auquel les cadres réagissent : 58 % de répondants à l'enquête ;

- A la question : "Avez-vous concrètement pensé à créer votre entreprise ?" 40 % de réponses positives (81 réponses) et 60 % de réponses négatives. Le pourcentage de réponses positives est légèrement supérieur à celui obtenu dans certains sondages nationaux.

L'analyse fait apparaître que ceux qui ont déjà pensé à créer leur entreprise ont majoritairement un projet précis (74 %) ; n'envisagent pas de créer dans l'immédiat (seulement 16 % dans moins d'un an), sont très orientés vers les activités de services (surtout aux entreprises : 45 %) et sont fidèles à leur Région, 69 % envisagent de créer dans le Nord-Pas de Calais.

Enfin, les créateurs potentiels sont surtout des hommes (85,3 %), dont l'âge se situe entre 30 et 50 ans (avec une forte proportion de moins de 40 ans : 43,75 %).

A la question, "quels sont, selon vous, les principaux obstacles à la création d'entreprises", deux catégories de difficultés sont citées prioritairement par les créateurs potentiels et ceux qui n'ont pas pensé à la création d'une entreprise : la difficulté à maîtriser les aspects financiers du projet d'une part et la difficulté, pour une nouvelle entreprise, d'accéder à son marché. En revanche, si la difficulté du choix d'une stratégie est citée en troisième obstacle par les créateurs potentiels, c'est la difficulté de trouver une idée qui apparaît pour les autres interviewés, suivie du sentiment d'isolement que peut ressentir le créateur d'entreprise. Enfin, le choix d'un statut juridique n'est pas ressenti comme une difficulté et encore à un moindre degré par les créateurs potentiels.

Il semblerait donc, en comparant les fréquences de réponses, que ceux qui n'ont pas pensé créer leur entreprise ressentent davantage la difficulté de trouver une idée et se sentent relativement isolés.

	: Classement défini : par ceux ayant pensé : créé leur entreprise	: Classement défini : par ceux n'ayant pas : pensé créé leur entreprise
DIFFICULTES A MAITRISER :	:	:
FINANCES	: 1	: 1
MARCHE	: 2	: 2
STRATEGIE	: 3	: 5
IDEE	: 4	: 3
ISOLEMENT	: 5	: 4
STATUT	: 6	: 6

⁴ Enquête par questionnaire réalisée le 11 septembre 1990, avec le concours de la SNCF, sur le trajet Tourcoing-Paris auprès des voyageurs empruntant le TEE de 6h30. 350 questionnaires ont été distribués, 203 ont été remplis. La représentativité de l'échantillon n'a pas été recherchée. Il s'agissait de recueillir des indications sur l'attitude d'un échantillon de cadres de la Région.

POUR CEUX QUI ONT CONCRETEMENT PENSE A CREER LEUR ENTREPRISE

*Ont déjà réfléchi à un projet précis :

OUI : 74 %
NON : 21 %

* Quand envisagent-il de créer ?

- dans plus d'un an : 74 %
- dans moins d'un an : 16 %

* Dans quel secteur ? (plusieurs réponses étaient possibles)

. Industrie agro-alimentaire	1,8 %	. Bâtiment génie civil	7,5%
. Industrie des biens intermédiaires	1,8 %	. Commerce	16,8%
. Industrie des biens d'équipement	0,9 %	. Services aux particuliers	15 %
. Industrie des biens de consommations	4,7 %	. Services aux entreprises	45 %
. bâtiment, génie civil		. Secteur non défini	1,8%
Total Industrie	9,2 %		

* Dans le Nord -Pas de Calais ?

OUI : 69 %
NON : 19,7 %

CARACTERISTIQUES DES REpondANTS

	Ceux qui ont pensé créé leur entreprise	Ceux qui n'ont pas pensé créé leur entreprise
HOMME	85,3 %	73 %
FEMME	14,7 %	27 %
Moins de 30 ans	15 %	14 %
30-40 ans	43,75 %	38,2 %
40-50 ans	35 %	27,8 %
plus de 50 ans	6,25 %	20 %
Chef d'entreprise	8,5 %	0 %
Profession libérale	4,9 %	1,7 %
Cadre Fonction Publique	19,5 %	22,4 %
Cadre administratif d'entreprise	12,2 %	9,5 %
Cadre commercial d'entreprise	22 %	20 %
Ingénieur & cadre technique d'ent.	26,8 %	25,8 %
Autre	6,1 %	20,6 %

b - Les constats liés à la démarche de création et à l'environnement régional.

Trois éléments peuvent être rappelés brièvement pour ce qui concerne la démarche de création :

- Il faut qu'il y ait un événement déclenchant un processus de création. Succès pouvait jouer ce rôle.

- La création d'entreprise est difficile et les difficultés augmentent avec la complexité du projet. Succès pouvait accueillir des créateurs potentiels n'ayant pas envisagé ce type d'appui.

- Trop de nouvelles entreprises sont vulnérables et la préparation du projet, comme l'accompagnement du créateur diminuent très sensiblement la vulnérabilité de la nouvelle entreprise.

L'environnement régional peut se caractériser sommairement de la façon suivante :

- Des ressources mobilisables : une main d'oeuvre de qualité, des structures de financement, un potentiel de recherche, une très forte densité de pépinières et de réseaux d'appui à la création d'entreprises...

- Des opportunités multiples : dans un environnement socio-économique en mutation, il y a des demandes potentielles qui sollicitent des offres nouvelles.

B - Les trois grandes phases du Programme Succès.

a - L'action de communication

Cette action de communication s'est articulée autour des points suivants :

- Conférence de présentation du programme à laquelle assistaient les représentants de la presse régionale et des opérateurs régionaux de la création d'entreprises.

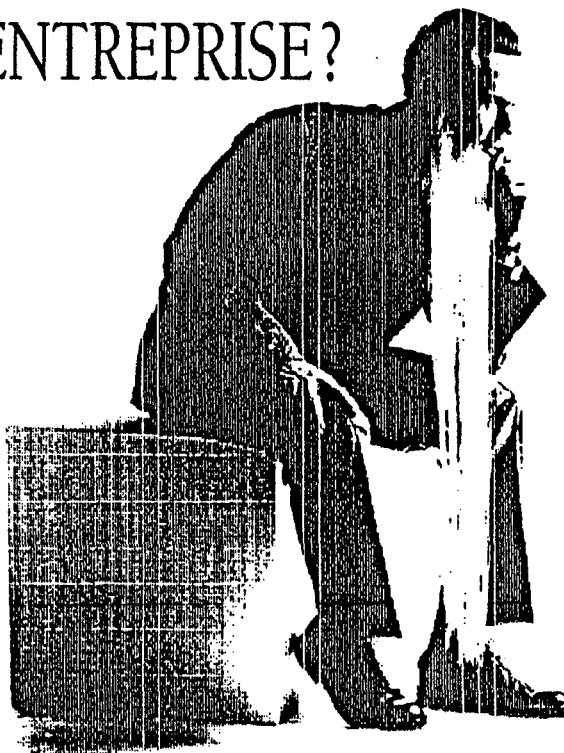
- Dossier de presse communiqué aux titres nationaux de la presse spécialisée.

- Information sur le stand de l'ARD au salon Applica du 24 au 28 septembre 1990.

- Annonces parues dans des éditions régionales de titres nationaux (Télérama et le Point ; octobre et novembre 1990).

- Annonces parues dans la presse régionale (6 parutions dans la Voix du Nord octobre novembre 1990 ; 1 dans Face en octobre 1990).

CRÉER UNE ENTREPRISE?



Pendant que vous y pensez, d'autres le feront. Avec SUCCÈS!

Créer une entreprise, vous y avez déjà pensé. Mais... de là à aller plus loin !!! Vous manquez de temps, vous cherchez une idée très innovante, vous pensez qu'il faut d'importants besoins de financement, ou de connaissances très particulières... Allons, allons... Pendant que vous réfléchissez, d'autres le feront. Avec SUCCÈS.

SUCCÈS est un programme complet de l'A.R.D., spécialement destiné à ceux qui n'ont pas encore créé...

Son but ? D'abord tester votre potentiel d'entrepreneur, puis vous apporter les connaissances nécessaires, vous accompagner dans la recherche d'un projet, dans sa mise en place, son financement, dans le démarrage des activités...

... Et si, grâce à ce petit coup de pouce, vous aussi, vous pouvez réussir ? Et si, pour le savoir, il vous suffisait d'un simple coup de fil ?

PROGRAMME SUCCÈS
20.30.82.81

AGENCE REGIONALE
DE DEVELOPPEMENT
CONSEIL REGIONAL NORD-PAS DE CALAIS



185, BOULEVARD DE LA LIBERTÉ - B.P. 2027 - 59013 LILLE CEDEX

b - La recherche des candidats

Appelant l'ARD, les candidats au Programme recevaient un dossier qu'ils devaient remplir et renvoyer, accompagné d'une lettre manuscrite.

Ces documents répondaient à deux préoccupations :

- Mieux connaître les candidats

L'étude des documents nous permettait de préparer le premier entretien et de traiter beaucoup plus rapidement les problèmes liés au projet. D'autre part, une étude graphologique sommaire menée par un cabinet spécialisé donnait un éclairage complémentaire sur la personnalité du candidat.

- Mieux traiter les candidatures

Compte tenu de leur localisation géographique et des caractéristiques de leur projet, certains candidats pouvaient être directement orientés vers des points accueil du Réseau Chances.

c - L'accompagnement des candidats

Le principe général du Programme était d'apporter un accompagnement adapté à la situation de chaque candidat. Les caractéristiques de la prestation de conseil précédemment décrites se sont appliquées aux candidats du Programme.

PROGRAMME SUCCÈS

DOSSIER SUCCES

* Merci de remplir le questionnaire de façon manuscrite et d'y joindre une lettre de motivation.

* Nous précisons qu'aucune information consignée dans ce dossier ne peut être transmise sans votre accord formel à des tiers ou à des entreprises ; il sera exclusivement étudié par l'équipe d'animation du Programme SUCCES organisé par l'Agence Régionale de Développement.

Photographie récente
(Indispensable pour
aider notre mémoire
visuelle)

NOM : Prénom : Age :
 ADRESSE : Ville & Code :
 Téléphone :

FORMATION GENERALE :

Etablissements scolaires, Universités ou Ecoles	Dates	Diplômes	Observations

FORMATION PERMANENTE :

VOTE REMUNERATION ANNUELLE BRUTE EN KF :

CARRIERE PROFESSIONNELLE :

Dates	Entreprise	Activité Chiffre d'affaires Effectifs	Fonction tenue Nombre de personnes dirigées

476



AGENCE REGIONALE
DE DEVELOPPEMENT
CONSEIL REGIONAL NORD-PAS DE CALAIS

185 Bd de la Liberté -
B.P. 2027 - 59013 LILLE CBDEX
Tél : 20.30.82.81.

* Voici plusieurs motivations qui peuvent décider quelqu'un à créer ou à reprendre une entreprise.

Cochez les trois principales qui correspondent à votre personnalité :

- Réussite et statut social
- Possibilité de gains élevés
- Goût du jeu
- Sens du défi
- Besoin d'indépendance et d'autonomie
- Nécessité de se dépasser
- Besoin de réaliser sa créativité

* Un dirigeant d'entreprise est nécessairement un manager qui doit bien se connaître.

Notez les trois adjectifs qui vous caractérisent le mieux :

- 1)
- 2)
- 3)

* Sans avoir déjà eu l'expérience de la Direction d'entreprise quels sont, selon vous, les principales contraintes ou inconvénients de ce type d'activité :

.....
.....
.....
.....

* Décrivez, selon vous, en quatre lignes maximum le profil idéal du Chef d'Entreprise :

.....
.....
.....
.....

* Pour vous, un manager c'est :

(classez par ordre de priorité de 1 à 6 en fonction de l'importance que vous y accordez)

Quelqu'un qui :

- Entraîne
- Sait se faire respecter
- Aime commander
- Sait convaincre
- S'adapte aux hommes et aux circonstances
- Tient ce qu'il promet
- Crée la sympathie
- S'implique à 100 %
- Sait écouter
- Sait lancer des défis
- Se passionne
- Est optimiste

* Avez-vous un projet particulier ou simplement une idée (création d'une entreprise sur un marché précis, reprise d'une société existante, idées nouvelles de produits ou de procédés ...) ?

Si oui, développez-la en quelques lignes :

.....
.....
.....

* Quel est, d'après vous, le principal frein que vous ressentez pour créer ou reprendre une entreprise :

.....
.....
.....

Fait à :

le :

Signature :

C - Les résultats du Programme Succès

a - Déroulement du programme

Au total, 250 dossiers Succès furent envoyés à des candidats créateurs, 171 dossiers furent traités et 145 porteurs de projet reçus.

En Septembre-Octobre 1991 une enquête réalisée auprès de chaque personnes reçues donnait les indications suivantes :

Nombre d'entreprises créées : 33
 Nombre d'emplois induits au démarrage : 120

Résultats de l'enquête :

* N'avaient pas vraiment une idée de création :	24,5 %
* Ont abandonné toute idée de création (emploi retrouvé, formation...)	30 %
* Ont crée leur entreprise	20,5 %
* Ont un projet en cours d'élaboration	1,5 %
* Ont mis leur projet en attente (manque de capitaux, résultats négatifs de l'étude de marché...)	9,5 %
* Recherchent une entreprise à reprendre	7 %
* Introuvables	7 %

b - Des éléments d'appréciation

- Une action de communication en faveur de la création d'entreprises

Les effets d'une telle action sont difficilement mesurables. Néanmoins, il a pu être observé que des appels se référant au Programme Succès ont continué à parvenir à l'Agence de la part de créateurs potentiels. D'autre part, la communication faite à l'occasion du Programme, a contribué à positionner l'Agence comme émetteur d'informations relatives à la création.

- Un nombre important de contacts

Plus de 250 contacts, près de 170 dossiers ouverts... sont des résultats satisfaisants. Il faut noter que des éléments conjoncturels défavorables ont joué en défaveur du programme (crise du Golfe, contexte général de la baisse de créations...).

- Un nombre significatif d'entreprises créées

Certaines créations ne se seraient pas faites sans Succès, et dans tous les cas, les créations se sont faites dans de meilleures conditions, notamment avec l'intervention de l'Observatoire Régional des Marchés et grâce au partenariat établi autour de certains projets avec Hanséa et la Fondation Nord Entreprendre.

Parmi les candidats qui n'ont pas créé, beaucoup sont jeunes et sont, vraisemblablement, de futurs entrepreneurs. A terme, les effets du Programme Succès seront quantitativement plus importants que ceux observés qui ont été observés.

- Une insuffisance d'entreprises à potentiel de développement significatif

Malgré une campagne de communication dont le contenu était ciblé, la population touchée a été relativement large et l'on peut regretter la quasi absence de créations d'entreprises technologiques et (le très faible nombre d'entreprises industrielles). Ce constat reflète la répartition des créations d'entreprises dans la région.

§ 2 - L'analyse de la déperdition dossiers demandés - dossiers retournés

250 personnes avaient demandé à recevoir le dossier du Programme Succès, essentiellement à la suite d'un appel téléphonique. 171 dossiers remplis furent retournés. Pourquoi près de 80 personnes ayant manifesté une volonté de création d'entreprise ne donnaient pas suite à cette prise de contact initiale ?

Pouvait on les considérer comme étant velléitaires et, si oui, quelles pouvaient être les raisons de ce comportement ?

En février 1991 leur fut adressé un questionnaire reproduit ci - dessous. 57 questionnaires furent renseignés, parfois sommairement, ce qui constitue un taux de retour que l'on peut considérer comme très satisfaisant.

PROGRAMME SUCCES

- Pourquoi n'avez-vous pas renvoyé le dossier du **Programme SUCCES**, que nous vous avons fait parvenir ?

* Vous pensez différer la création de votre entreprise ()

* Vous n'êtes plus dans une situation professionnelle qui vous oriente vers la création d'entreprise ()

* le dossier **SUCCES** ne correspond à votre attente ()

* Autres (précisez) :

- Souhaitez-vous recevoir un autre dossier de candidature au **Programme SUCCES** Oui ()
Non ()

- Souhaitez-vous être orienté vers un point d'accueil de créateurs d'entreprise plus proche de votre domicile Oui ()
Non ()

NOM :

PRENOM :

ADRESSE :

Merci de bien vouloir nous retourner rempli le présent document dans l'enveloppe timbrée ci-jointe.

L'analyse des questionnaires retournés, des commentaires y figurant ou les accompagnant, nous permet d'esquisser une typologie de velléitaires. Il faut d'abord, pour définir le nombre de velléitaires, éliminer une catégorie de répondants : ceux qui donnent suite à leur projet d'entreprise, dont un candidat rencontré à l'issue de la relance. Trois répondants avaient trouvé un autre cadre pour la préparation de leur projet (programme de formation) ; un autre avait pris une participation dans une firme existante. Le dossier ne correspondait pas à l'attente de quelqu'un se lançant dans l'hôtellerie. Enfin, un candidat se trouvait dans l'impossibilité de donner suite à son dossier, victime d'une maladie longue. Au total, 7 répondants ne pouvaient être classés parmi les velléitaires.

Sur les 50 constituant donc notre échantillon, 16 avaient retrouvé un emploi depuis leur prise de contact avec le Programme. Certains répondants ont complété le questionnaire en notant que dans l'hypothèse d'un nouveau problème d'emploi, ils envisageraient l'éventualité d'une création. Nous trouvons là, comme chez certains candidats du Programme que nous avons rencontré (près de 30 %), le fait qu'une situation de rupture liée à une période de chômage ou de réorientation professionnelle peut être à l'origine d'un processus de création. Mais si la situation de rupture disparaît, la perspective de création disparaît également.

Les "opportunistes" sont ceux qui déclarent penser différer la création de leur entreprise. Deux grandes catégories de raisons apparaissent dans les réponses : celles liées à l'environnement socio-économique et celles liées à la réunion des ressources et à la faisabilité du projet.

"Le contexte économique, avec la Guerre du Golfe n'est pas favorable"... "Je ne suis pas dans une situation de position de force aujourd'hui du fait des événements politiques..." "J'attends une conjoncture économique meilleure..." "Suite aux événements du Golfe, j'ai décidé de retarder la création de mon entreprise. Maintenant que la situation économique commence à se redresser, je souhaite recevoir un autre dossier de candidature"...

Certains déclarent attendre pour réunir davantage de ressources financières : "je suis à la recherche d'un repreneur pour mon commerce. Tant que la vente ne sera pas effectuée, je n'aurai pas l'argent, ni le temps nécessaire pour poursuivre mes recherches de création ou de reprise"...

"J'attends de me constituer une réserve financière plus importante"... ou enfin "je recherche un partenaire financier".

D'autres cherchent un associé, ou un fournisseur stable : "Projet d'importation et de distribution d'un produit. Le fabricant modifie sa stratégie de distribution et risque de changer de main (fabricant aux U.S.A, repreneur japonais), nécessité d'une stabilité chez le fournisseur".

Enfin, certains évoquent des raisons plus personnelles : "Je dois me libérer davantage. Ma situation actuelle m'interdit de me démobiliser. Je compléterai le dossier dès que j'aurai réglé mon problème"... ou "La création est envisagée dans un laps de temps non déterminé. Projet à mûrir...".

Au total, le nombre des répondants classés dans cette catégorie d'opportunistes s'élève à 17.

Les "rêveurs" sont extrêmement minoritaires dans l'échantillon (3) L'un écrit "Je n'avais pas de projet précis. Je pensais que vous pourriez me donner des idées, ou une démarche à suivre."

Un autre : "Bien que n'ayant pas d'idée précise prévue pour un projet de création d'entreprise, je me suis adressé chez vous en espérant que vous puissiez m'aider plus précisément à la recherche d'un créneau (secteur, marché en développement) lié économiquement aux lacunes actuelles de la région Nord - Pas de Calais".

Il nous semble assez irréaliste de vouloir bénéficier d'appui dans le domaine de la création d'entreprise par correspondance : Nous avons qualifié "d'exigeants" (4), peut être à rapprocher de la catégorie précédente, ceux qui déclarent que le dossier ne correspond pas à leur attente mais ne demandent pas une orientation vers un point-accueil.

Nous semblent être des "velléitaires authentiques ou confirmés" les sept répondants nous ayant demandé un nouveau dossier ou assurant compléter celui en leur possession et qui ne nous l'ont pas retourné.

Enfin, deux répondants ne recherchaient pas exactement ce que pouvait leur proposer le programme (un restaurateur recherchant un (ou des) partenaire(s) financier(s) pour la construction d'un motel ; un candidat à la reprise) et un dernier avouait sa curiosité : "ma démarche participait davantage d'un besoin d'information que d'une réelle préoccupation de création en l'absence d'un projet précis".

Bien que l'échantillon soit modeste, il donne un éclairage intéressant sur les velléitaires :

- * Les demandeurs d'emploi qui privilégient un emploi salarié.
- * Ceux qui, lorsqu'il s'agit d'avancer dans un processus de création prennent conscience du niveau limité de leurs ressources et de leurs limites personnelles.
- * Ceux qui prennent prétexte de la conjoncture pour surseoir dans l'étude d'un projet.
- * Enfin, ceux qui attendent trop de l'extérieur dans l'accomplissement d'une démarche qui reste essentiellement celle d'un homme ou d'une équipe.

Section III : La décision de ne pas créer d'entreprise

Quelles sont les raisons de l'abandon d'un projet plus ou moins élaboré ? Pourquoi un candidat à la création ayant consacré du temps, de l'énergie, ayant parfois mobilisé quelques moyens financiers, affiché dans son entourage son intention de créer...abandonne-t-il ?

Nous analyserons les cas de porteurs de projet que nous avons rencontrés, parfois plusieurs fois et qui finalement n'ont pas créé : certains de ces candidats sont à ranger dans la catégorie des velléitaires étudiée précédemment, bien qu'ils aient demandé un entretien. En effet, la décision de ne pas créer peut être prise rapidement, au cours du premier entretien. Dans d'autre cas, la décision est prise à l'issue d'un cheminement que nous avons accompagné. Certains porteurs de projet nous expliquent les raisons de l'abandon, (certains très spontanément, d'autres avec difficulté). Certains nous appellent (ou plus rarement nous écrivent) tandis que nous tentons de joindre les autres pour nous informer de l'évolution du projet.

L'analyse est parfois facile, parfois difficile. Que se cache-t-il derrière l'apparente rationalisation d'une démarche ?

Enfin, si l'insuffisance de ressources financières est la raison qui semble a priori être la plus fréquente, nous verrons que d'autres causes sont à l'origine de l'abandon d'un projet.

§ 1 - Le choix du couple produit/marché et son adéquation avec le profil du candidat créateur

Les deux premières catégories de raisons empêchant des candidats de créer une entreprise se situent à l'origine du processus de création : certaines concernent le choix du couple produit/marché ; les autres empêchent l'élaboration d'un véritable projet pouvant déboucher sur une création.

A - Le choix du couple produit - marché

Deux séries de causes peuvent se rencontrer : celles tenant aux difficultés d'un choix, les autres à l'interrogation sur la validité et la pérennité de la rencontre entre l'offre envisagée et la demande.

a) Les difficultés d'un choix

Certains déclarent ne pas avoir d'idée de création d'entreprise. Cela peut être vrai et, au cours de la discussion, aucune piste de recherche n'apparaît. Dans beaucoup de cas, on peut parvenir, par éliminations successives à caractériser le couple produit/marché.

Ingénieur de formation, ayant exercé une fonction de direction générale dans une filiale d'un groupe important, R.L. déclare ne pas avoir d'idée de création. Nos questions se succèdent : industrie ou services ? Il ne peut s'agir que d'industrie.

Biens d'équipement ou biens de consommation ? R.L. s'oriente vers des produits grand public. Produits fongibles, type alimentaires ou produits durables ? Il doit s'agir de produits durables "à forte dose de créativité, avec un renouvellement de gammes.."

R.L. admet qu'il peut s'agir de produits liés à l'habillement (il vient du textile) ou à la décoration de la maison... Il ne serait pas opposé à la reprise d'une entreprise, ou à une création en partenariat. En définitive, R.L. a retrouvé un emploi, mais déclare "regarder le créneau" que nous avons défini.

Autre méthode que nous avons utilisée : faire réagir le candidat aux dossiers de la presse économique et spécialisée, type "100 idées de nouvelle entreprise". Après cette étude, le candidat déclare "y voir plus clair".

Nous pensons que la catégorie de ceux déclarant ne pas avoir d'idée de nouvelle entreprise peut être scindée en deux sous catégories :

- Les velléitaires qui, ayant un emploi, ou en retrouvant un, privilégient un emploi salarié.

- Les "créateurs à terme". Nous avons rencontré de jeunes candidats (entre 22 et 28 ans) notamment dans le cadre de Succès, qui orientent leur recherche de couple produit/marché, qui épargnent, qui se forment... et qui devraient, à l'horizon de quelques années, créer leur entreprise.

Les difficultés du choix d'une franchise peuvent également aboutir à une absence de création. Les contacts avec les franchiseurs, leurs arguments, les visites aux franchisés de la chaîne s'ajoutant à l'imprécision du cahier des charges implicite du candidat (limité en fait à une capacité de financement) mais sans véritable réflexion ni sur une activité, ni sur les

forces et les faiblesses du candidat, entraînent celui-ci dans une prospection continue. Ainsi, F.B. ancien directeur technique d'une entreprise industrielle, était il devenu en quinze mois un véritable expert de plusieurs enseignes. Ne parvenant pas à choisir, il s'orienta vers une reprise d'entreprise. L'on peut craindre le même comportement à l'égard des offres de cessions.

b) La validité et la pérennité de la rencontre entre l'offre envisagée et la demande.

Nous n'insisterons pas à nouveau sur l'adéquation offre-demande (chapitre IV). Par exemple, un informaticien voulait devenir prestataire de service et concepteur de logiciels pour des collectivités locales petites et moyennes, parce qu'un de ses amis, secrétaire de mairie, avait constaté "que rien n'existait dans le domaine..." alors que l'offre existante s'avère être tout à fait performante.

Certains candidats doivent être amenés à prendre conscience qu'il est difficile de bâtir une entreprise sur une opération ponctuelle ou sur l'exploitation d'une situation précaire. Il s'agira, par exemple, d'opérations d'importation ou d'exportation d'un lot d'articles sans envisager d'autres opérations ultérieures. Au moment de la vogue des jeux électroniques se présentant sous la forme d'une mini calculatrice avec un écran, et la possibilité pour le joueur d'agir sur les évolutions d'une situation (empêcher par exemple un ballon d'atteindre le sol), un candidat à la création s'était rendu compte qu'au niveau de prix, relativement élevé pratiqué, les enfants ne se voyaient offrir qu'un seul jeu (alors que le choix était large) et qu'ils se lassaient assez rapidement de celui-ci. L'idée du créateur potentiel était de louer ces jeux aux enfants, ce qui impliquait notamment une importation en quantités très importantes, et l'organisation du système de location dans des endroits fréquentés par des enfants et la prospection de ces points de vente. Avant de commencer l'élaboration approfondie du projet et les contacts avec les banques, le prix des jouets s'effondrait et amenait le créateur à renoncer à cette idée.

Il semble vain de vouloir reproduire l'activité d'une entreprise défailante comme veulent le faire parfois des salariés licenciés, lorsque l'entreprise a dû cesser son activité du fait de difficultés à se maintenir sur le marché. Les candidats à la création privilégient dans leur démarche deux catégories d'éléments : d'une part, la connaissance du métier, un savoir-faire de fabrication, la fidélité supposée de certains clients... ; d'autre part, le sentiment qu'ils pourront mieux faire que leur ancien patron, qu'ils géreront mieux (alors que les dysfonctionnements évoqués sont mineurs) qu'ils seront davantage combatifs sur les marchés, alors que leur offre, identique à celle de l'entreprise qui a disparu, ne peut être compétitive.

B - L'élaboration du projet

Deux catégories d'obstacles à la création liées à l'élaboration du projet peuvent intervenir : d'une part, l'absence de projet ; d'autre part, la prise de conscience de l'impossibilité de mise en oeuvre du projet.

a) L'absence de projet

L'absence d'un projet élaboré peut être la conséquence d'un comportement de refus. Nous avons notamment rencontré cette situation avec une équipe de cinq personnes, ayant chacune une activité professionnelle et ayant une idée relativement originale et qui, compte tenu des informations qu'ils avaient rassemblées, pouvait donner lieu à une exploitation viable. Malgré nos encouragements à élaborer un projet préalablement à toute prise de décision, et notre orientation vers un conseiller pouvant les aider bénévolement, nous avons enregistré un refus, lié nous a-t-il semblé à la fois à l'équipe (ils étaient apparemment

incapables de travailler ensemble et aucun ne voulait s'investir pour le groupe), à une vision devenue très pessimiste de la future entreprise, peut être liée à l'implication financière individuelle que nous leur avons révélée.

L'absence du projet peut également être liée à une incapacité d'élaboration, même si celle-ci peut être accompagnée. Le renoncement à une idée de création, tandis que d'autres idées pouvaient être envisagées, a été, dans les cas rencontrés, fort sage.

b) La prise de conscience de l'impossibilité de mise en oeuvre du projet

Celle-ci intervenant en cours d'élaboration du projet, peut être liée à deux constats.

Un manque de compétences du porteur de projet dans l'activité choisie peut l'amener à abandonner. Il peut, par exemple, y avoir un segment de marché à qui l'on peut proposer un magazine très caractérisé, encore faut-il que le directeur de la publication conçoive un numéro 1 "spécimen" (et unique numéro) convaincant. La réussite que celui-ci avait connu dans une autre activité ne l'avait pas préparé à être journaliste, rédacteur en chef, ou manager d'une entreprise de presse.

Nous avons rencontré d'autres cas où le porteur de projet opte finalement pour son activité actuelle, malgré tout l'investissement qu'il a pu réaliser dans son projet et le déchirement qu'il ressent à ne pas poursuivre..."mais la vie est une affaire de choix..." dit l'un. Un opticien, ayant mis au point un procédé de gravure sur verre, choisit, avec regrets, mais choisit le développement de ses magazines. E.L., ayant mis au point un procédé de rigidification de tissus, ayant vendu des petites séries tests très bien accueillies, ayant des contacts pour des séries beaucoup plus longues, renonce à poursuivre dans la voie de la création d'une unité de production, de recherche de sous-traitants... et préfère son activité dans la publicité.

§ 2 - Le refus d'adopter une démarche différente de celle qui avait été imaginée

Le porteur de projet a élaboré un certain schéma, ayant sa logique propre, dont il n'admet pas la remise en cause. Nous avons rencontré le manque d'adaptabilité avec deux catégories de candidats à la création : les "innovateurs" et les "reproducteurs".

A - "Les innovateurs"

Nous rencontrons A.S. trois ans après le dépôt d'un brevet se rapportant à un objet d'usage courant, mais qui offre une certaine originalité dans sa présentation et exige des modifications de comportement dans son utilisation. A.S. nous montre ses dessins, nous fait part de ses calculs de prix de revient, de ses prévisions de ventes (1 100 000 dans un premier temps puisque chacune des 22 000 pharmacies lui commandera un carton présentoir de 50 articles)...et de son problème très immédiat : trouver 300 000 F pour financer le moule nécessaire à la fabrication en sous traitance. Nous invitons A.S. à réaliser un prototype de l'objet qu'il a dessiné, à tester son utilisation (a priori celle-ci ne doit pas être très commode), à réfléchir aux conditions d'utilisation de cet objet (ce qu'il n'a pas fait), appréhender le marché de façon un peu plus rigoureuse...A.S., avons nous appris quelques mois après notre entrevue, cherchait toujours un financement pour la fabrication du moule.

Autre cas d'innovateur, celui de F.B, ingénieur de formation, responsable d'un service dans une firme importante, ayant apparemment une forte volonté de création d'entreprise, ayant déposé un brevet, "seulement pour apprendre la démarche", (celui-ci ne présentait d'ailleurs aucun débouché) et voulant se lancer dans la conception, la fabrication et la commercialisation d'une machine spécialisée dans un certain type de conditionnement. La démarche imaginée par F.B. est la suivante : trouver un financement lui permettant de se

consacrer exclusivement à la conception d'un prototype (et à tous les frais afférents à cette réalisation), et ceci devrait prendre "au moins une bonne année". Nous tentons vainement de lui faire estimer ce total, (avec la prise en compte de son niveau de rémunération actuel), mais il raisonne comme si son projet se déroulait dans un centre de recherche, avec une "ligne budgétaire ouverte". Les ressources financières qu'il peut mobiliser à titre personnel sont des plus modestes, et F.B. veut les préserver pour le démarrage de l'exploitation de l'entreprise.

Nous suggérons à F.B. une autre démarche : travailler à l'élaboration d'un projet d'entreprise dont l'activité serait d'abord axée sur le négoce d'équipements et de produits d'emballage, d'être présent sur ce marché - et donc à l'écoute d'une clientèle et informé des projets et réalisations des fabricant d'équipements - et de mettre au point une machine mieux adaptée au marché lorsqu'elle sortira, et dont l'élaboration pourra être financée par l'activité de négoce. Nous faisons vérifier à F.B. que d'autres entreprises innovatrices avaient procédé de la sorte. Rien n'y fit et l'éventualité d'une création fut abandonnée.

B - Les "reproducteurs"

Sont ainsi qualifiés ceux qui veulent reproduire à l'identique (ou à très peu de variantes près), la façon de faire d'une entreprise existante (ou ayant existé), et qui se refusent à envisager d'adopter une démarche qui leur conviendrait davantage.

Ancien chef d'entreprise, Y.L. avait dû mettre fin à une exploitation qui avait cessé d'être bénéficiaire : opérant dans le second oeuvre du bâtiment, employant une dizaine de compagnons, Y.L. avait dû accepter les conditions de constructeurs et arrêter l'activité de l'entreprise. Mais, dans cette période d'activité, Y.L. avait "fait un peu de traitement de charpentes", en traitant directement avec la clientèle, et cette activité présentait une rentabilité satisfaisante. Il envisageait de créer une entreprise dans cette activité, mais "ne disposait pas des fonds nécessaires". Fonds nécessaires pour reproduire l'activité d'une entreprise implantée : matériels, véhicules, annonces publicitaires dans la presse régionale (avec "coupon-réponse") et cette configuration entraînait bien évidemment le recrutement de collaborateurs. En revanche, Y.L. disposait des fonds nécessaires pour démarrer une exploitation dans d'autres conditions : annonce dans un journal gratuit touchant une zone géographique limitée, et/ou distribution de prospectus dans cette zone, et/ou démarchage de propriétaires de maisons pouvant être intéressés ; utilisation dans un premier temps d'un matériel de location s'adaptant aux interventions qui lui étaient commandées, et utilisation d'un véhicule dont il était propriétaire et qui pouvait convenir à son activité. Y..L. n'a pas été convaincu. Ce n'était pas la démarche qu'il avait imaginée.

§ 3 - L'insuffisance des ressources financières

Il s'agit de la cause de non-crédation la plus fréquemment avancée, et ceci pour deux raisons :

* D'une part, disposer d'un niveau de ressources financières important permet de créer, à la limite, n'importe quelle entreprise, de démarrer une activité, de subir des pertes d'exploitation jusqu'à épuisement des ressources. Au contraire, ne pas disposer de ressources peut empêcher de créer dans ces conditions.

* D'autre part, la justification a posteriori d'une décision de non-crédation pour absence de ressources financières est couramment admise. Mais à la question "combien fallait-il ?" les réponses sont très souvent approximatives, ou bien il faut avouer que l'estimation n'a pas été faite. On ne peut parler dans ces conditions d'une insuffisance de ressources financières, mais plutôt d'un prétexte pour ne pas envisager la création.

Lorsque l'estimation de besoin global de financement est faite et qu'un écart entre ce niveau et celui que le porteur de projet peut rassembler apparaît, l'insuffisance peut d'abord être subjective. Ceci est à relier au refus pour le porteur de projet d'adopter une démarche différente de celle qu'il avait imaginée. Mais lorsque le projet a été revu, les emplois du plan de financement réduits à un niveau minimal, l'insuffisance de ressources financières que l'on peut constater devient objective. Cette insuffisance peut avoir plusieurs origines :

- Le montage financier envisagé obère les conditions d'exploitation et amène le porteur de projet à renoncer.

- L'équilibre du plan de financement est aléatoire, du fait notamment de l'attribution de subventions.

- L'impossibilité de réunir les fonds propres entraîne l'abandon du projet.

A - Le montage financier envisagé obère les conditions d'exploitations

Le porteur de projet peut obtenir les prêts nécessaires au financement, mais le remboursement des fonds d'emprunt contribue à une élévation significative du niveau de charges fixes et donc du seuil de rentabilité. Le niveau élevé de celui-ci compromet très fortement la viabilité du projet.

C'est le cas d'A.L., chef des ventes d'une société de distribution, voulant créer un restaurant. Il trouve un local, a des assurances de la banque, peut négocier la caution d'un distributeur de boissons, fait établir un devis d'aménagement... Il est prêt à démissionner et à signer l'acte d'achat du local. Nous examinons alors les charges d'exploitation et le montant des remboursements. Le nombre de couverts à servir chaque jour amène A.L. à renoncer à son projet de création, tout au moins dans l'immédiat.

B - L'équilibre du plan de financement est aléatoire

La prise en compte dans le dossier de subventions et de garanties peut conduire à l'abandon du projet, et ceci pour deux raisons :

- D'abord, le caractère parfois hypothétique de l'attribution de ces avantages (ou de la totalité de ceux-ci).

- Ensuite, le fait que le décalage (pouvant aller jusqu'à 9 mois) entre le démarrage de l'entreprise et la notification, puis le versement des aides rend l'équilibre financier extrêmement précaire, voire impossible, dans la mesure où il n'est pas possible d'obtenir des crédits relais.

Une jeune femme avait totalisé les aides qu'elle pensait solliciter et obtenir : ACCRE (Aide au Chômeur Créateur Repreneur d'Entreprise), FDIJ (Fond Départemental d'Intervention pour les Jeunes), Fonds de Garantie spécifique aux créatrices. Elle ne disposait que d'un apport personnel très modeste et avait très nettement sous estimé les besoins de financement à terme. Enfin, l'absence d'automatisme d'attribution des aides, et l'interrogation quant au montant (pour le FDIJ) l'amena à renoncer à la réalisation de son projet.

Cadre de l'entreprise avant son dépôt de bilan, J.P. B. voulait transformer les locaux de celle-ci en pépinière d'entreprises. Pour cela, il fallait acheter les locaux et les aménager. La SCI que J.P. B. envisageait de constituer devait obtenir la garantie de la ville dans laquelle se situait le projet. Des contacts furent pris à des niveaux différents. Il y eut des tergiversations, des retards dans l'inscription à l'ordre du jour des instances concernées, des

projets de modification de la législation en vigueur restreignant le montant garanti... D'autre part, les services communs aux entreprises de la pépinière devait être assurés par une société à constituer, elle même devant solliciter des subventions. Tous ces éléments amenèrent J.P. B à renoncer au projet de pépinière d'entreprises.

C - L'impossibilité de réunir les fonds propres

L'impossibilité de réunir les fonds propres, ou quasifonds propres peut se situer à différents niveaux.

D'abord, à un niveau très modeste : D.A. n'a pu réunir les quelques dizaines de milliers de francs qu'il lui fallait pour lancer la collection de bijoux qu'il avait dessinée. D.A. n'avait pratiquement pas d'apport personnel, pas de recours possible à des prêts familiaux ou amicaux, ni à des prêts d'honneur.

Ensuite à des niveaux relativement plus importants mais qui restent du ressort du "capital de proximité". Y.D., face à un total des besoins de financement de plus de deux millions de francs, voulait constituer une SARL au capital de 100 000 francs (rassemblant déjà six associés !). La situation professionnelle et les réseaux relationnels d'Y.D. et de ses futurs associés, ainsi que les caractéristiques du projet devaient, à notre sens, les inciter à investir davantage et les autorisaient à fixer à un million de francs le montant du capital à souscrire par eux-mêmes et leurs amis. Cela ne semblait pas possible à Y.D.

Enfin, des projets plus ambitieux peuvent ne pas voir le jour du fait de l'impossibilité de réunir les fonds propres nécessaires.

Nous avons accompagné A.B. dans les années 83-84 dans la recherche de financements. Consultant de haut niveau, spécialisé dans la filière textile-habillement, A.B. avait élaboré un projet certes ambitieux, mais réaliste, de création d'entreprise diffusant du vêtement "sportwear". Les investissements immatériels étaient très lourds : création de collections, recherche d'une marque, campagnes de promotion, recrutement et formation d'une force de vente... Les milieux professionnels étaient tout à fait favorables au projet puisque des capacités de production étaient inemployées. Mais les structures de financement restèrent très réticentes et réservées, et malgré les prises de position favorables de deux d'entre elles, le projet ne put se concrétiser.

La recherche d'actionnaires par une démarche se rapprochant de l'appel public à l'épargne peut aussi se révéler infructueuse. M.M avait conçu un projet de complexe "de loisirs sportifs et hôteliers". Il avait fait imprimer une plaquette accompagnée d'un bulletin d'intention de souscription. Sur un total de 15 millions de francs en investissements matériels, les "investisseurs particuliers" devaient souscrire pour six millions de francs d'actions, la réduction sur les tarifs de la base de loisirs étant proportionnelle au nombre d'actions détenues. M.M faisait également état d'avantages fiscaux. Le fait de ne pas avoir soumis ce qui pouvait devenir un appel public à l'épargne à la Commission des Opérations de Bourse limitait le nombre de souscripteurs potentiels informés de cette opportunité, et donc le nombre de souscripteurs. Le projet ne put aboutir.

§ 4 - L'aspect particulier de la recherche de partenaire

Pour un certain nombre de raisons tout à fait légitimes, certains candidats souhaitent démarrer une entreprise avec un (ou plusieurs) partenaire(s).

Nous avons évoqué précédemment le choix d'une création en équipe (chapitre VI) et montré que l'absence de partenaire pouvait empêcher la création. Le problème rencontré par certains candidats est celui de la recherche d'un partenaire, du caractère aléatoire d'une

rencontre, notamment dans le temps et de la conclusion d'un accord aboutissant à la création d'une entreprise. Nous avons ainsi "en portefeuille" plusieurs candidats ayant défini un "cahier des charges" plus ou moins strict, plus ou moins précis (et plus ou moins évolutif avons nous observé) et qui sont informés également par différents supports spécialisés.

Cette situation peut être rapprochée de celle des candidats à la reprise d'une entreprise, mais avec une différence notable : même si les entreprises susceptibles d'être transmises "ne sont pas à vendre", - c'est-à-dire n'apparaissent pas dans les offres de cessions - elles existent et peuvent faire l'objet d'une approche directe, alors que les partenaires potentiels sont beaucoup plus difficilement identifiables.

§ 5 - La difficulté d'une prise de décision

Pour quelles raisons des porteurs de projet, qui peuvent prendre la décision de créer, compte tenu de l'état de leur projet, ne prennent-ils pas la décision de créer ?

Les éléments qui interviennent dans l'absence de prise de décision peuvent être classés en deux catégories :

- Ceux liés à la création en équipe.

- Ceux que l'on peut rassembler dans un ensemble de facteurs personnels relatifs aux candidats.

A - La création en équipe

Lorsque des porteurs de projet ont élaboré ensemble un projet, il faut qu'il y ait unanimité dans le groupe pour décider de concrétiser. Nous avons distingué deux situations dans les cas rencontrés : lorsqu'il y a deux individus concernés, il faut qu'il y ait accord entre les futurs associés ; lorsque l'équipe compte plus de deux personnes, il faut qu'il y ait un entrepreneur pour mettre en oeuvre le projet.

Deux cadres, travaillant dans des entreprises différentes, voisins et amis, font le même constat à l'issue de leurs voyages professionnels : une activité commerciale, largement répandue en Allemagne, n'existe pas en France et, a priori, le marché potentiel est important. L'idée est séduisante, sa mise en oeuvre ne demande pas des moyens financiers importants, des possibilités d'extension existent...Le marché peut être facilement testé dans la mesure où le nombre de clients potentiels est limité. A la fin de l'entretien, nous avons le sentiment qu'ils créeront leur entreprise; quelques mois plus tard, l'un d'entre eux déclare renoncer et son ami ne veut pas créer seul.

Nous avons rencontré d'autres cas où l'abandon d'un des deux partenaires a entraîné l'abandon du projet.

Une équipe de quatre informaticiens, travaillant dans la même entreprise, envisage de créer "à terme" une entreprise. Ils en parlent, commencent à constituer une petite réserve financière commune, essayent de trouver des idées, s'orientent vers l'éventualité de création de logiciels. Ils ont conscience qu'il sera difficile de quitter leur emploi en même temps et de la situation dont ils ne voient pas l'issue : pour développer des logiciels, il faut du temps et il semble impossible de concilier activité salariée et création de logiciels. Ils s'orienteraient vers le départ de l'un d'entre eux, mais il ne semble pas y avoir de volontaire.

Nous avons eu entre les mains un projet bien élaboré, sérieusement étudié, complet, financièrement envisageable. Ce document était l'oeuvre de cinq amis, qui avaient envisagé la création d'une entreprise d'une façon "externe", et tout au long de la phase d'élaboration,

la question de celui ou de ceux qui concrétiseraient le projet n'avait pas été abordée. Il manquait pour ce projet un véritable entrepreneur.

B - Les facteurs personnels

Il s'agit d'inhibitions psychologiques qui ne parviennent pas à être surmontées. Certains se sont réfugiés, pendant une période plus ou moins longue, dans un statut de créateur potentiel. Nous avons en mémoire le cas de candidats déclarés à la création, fréquentant les réunions mensuelles de la Bourse Régionale d'Opportunités, évoquant leur projet avec des personnes rencontrées, déclarant préciser certains détails, voulant vérifier tel ou tel point (qui nous semblait tout à fait accessoire)...Bref, il y avait dans ce comportement un aspect ludique : on rêvait l'entreprise idéale.

Autres cas (exceptionnellement rencontrés) illustrant l'absence d'implication individuelle dans le projet. Nous avons actuellement un dossier très volumineux nous a été présenté par un intermédiaire chargé de rassembler les financements pour la mise en oeuvre du projet. Malgré son volume, le dossier comporte des insuffisances, notamment l'absence d'un plan de financement, et trop d'ambiguïtés. Une rencontre était prévue avec l'auteur du dossier et porteur de projet ; celui-ci se décommanda à la dernière minute et il semble difficile d'envisager une autre date... Nous avons la très forte impression que le projet n'aboutira pas, que son auteur qui a mis beaucoup d'énergie dans l'élaboration de certains aspects du dossier, refuse plus ou moins consciemment sa concrétisation.

X

X X

Trois modes de déclenchement dans la réalisation d'un projet de création ont été distingués (chap XI section I) :

- Le mode traumatique,
- Le mode d'influence,
- Le mode de la décision.

Nous avons vérifié, avec les porteurs de projet ne devenant pas entrepreneurs, le jeu de ces différents modes. Ainsi l'absence de rupture subie - comme un licenciement et l'impossibilité de trouver un nouvel emploi - l'absence de sentiments de frustration dans une activité actuelle, l'acceptation d'une dépendance professionnelle, le refus de vouloir prendre un risque... sont des éléments qui avec d'autres interviennent dans la décision de ne pas créer d'entreprise. L'explication, on le voit, est plus complexe que la seule parfois avancée de "manque d'esprit d'entreprise".

CHAPITRE XVI -

LA CREATION D'ENTREPRISES DANS LE NORD - PAS DE CALAIS : DIAGNOSTIC ET STRATEGIE.

La Région Nord - Pas de Calais peut se caractériser par un faible taux d'entrepreneuriat (mesuré par le nombre de créations rapporté à la population active) et une diminution du parc d'entreprises, les cessations d'activités étant supérieures aux créations.

La cause essentielle de cette situation est à rechercher dans un passé de tradition industrielle (Section I).

L'action en faveur de la création d'entreprises doit comporter deux grands axes stratégiques :

- Un environnement davantage entrepreneurial (section II).
- L'accompagnement des créateurs d'entreprise (section III).

Section I : Le diagnostic de la situation de la création d'entreprises dans le Nord - Pas de Calais

Le but de ce diagnostic est d'expliquer la situation de la création d'entreprises dans la Région. Quel constat ? Quelles causes ? Quelles peuvent être les articulations de ces causes entre elles ? Quelles orientations pour l'action ?

§ 1 : Le Constat

A) Une très faible entrepreneurialité

Si, en valeur absolue, le nombre d'entreprises créées est important par rapport à celui d'autres régions françaises, la diminution observée sur la période 89/92 est plus sensible dans le Nord - Pas de Calais (- 30,23 %) qu'au niveau national (- 25,62 %).

TABLEAU I

**TABLEAU STATISTIQUE FRANCE/REGIONS DES CREATIONS ET REPRISES
D'ENTREPRISES - 1989 A 1992
TOUTES ACTIVITES**

Ensemble des Région FRANCE	N° régions	Part des entr. de la région	Nombre de créations				Nombre de reprises				Moyenne annuelle		
			1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	Créat.	Repr.	C + R
Alsace	42	2,29	4 273	4 007	3 996	3 679	1 371	1 269	1 259	1 204	3 986,75	1 275,75	5 264,50
Aquitaine	72	5,40	11 078	10 650	9 204	8 915	3 378	3 140	2 988	2 819	9 961,75	3 076,25	13 038,00
Auvergne	83	2,28	3 090	2 847	2 521	2 502	1 643	1 501	1 389	1 414	2 740,00	1 486,75	4 226,75
Basse-Normandie	25	2,08	3 667	3 281	2 819	2 689	1 494	1 479	1 376	1 217	3 104,00	1 391,50	4 495,50
Bourgogne	26	2,44	4 143	3 672	3 227	3 041	1 714	1 712	1 510	1 404	3 520,75	1 585,00	5 105,75
Bretagne	53	4,42	6 913	6 642	5 623	5 424	3 243	3 058	2 875	2 746	6 150,50	2 930,50	9 081,00
Centre	24	3,54	6 344	6 181	5 325	4 808	2 420	2 189	1 803	1 870	5 684,50	2 098,00	7 782,50
Champagne-Ardennes	21	1,81	3 122	3 085	2 648	2 403	1 509	1 276	1 120	1 011	2 809,50	1 229,50	4 039,00
Corse	94	0,67	1 269	1 372	1 228	1 228	475	436	453	424	1 274,25	447,00	1 721,25
Franche-Comté	43	1,60	2 649	2 324	2 171	2 111	1 090	1 097	927	919	2 313,75	1 008,25	3 322,00
Haute-Normandie	23	2,34	4 170	3 880	3 575	3 213	1 654	1 600	1 421	1 412	3 709,50	1 521,75	5 231,25
Ile-de-France	11	23,11	62 497	65 714	55 709	52 394	8 941	8 317	7 220	6 730	59 078,50	7 802,00	66 880,50
Languedoc-Roussillon	91	4,53	10 952	10 358	9 389	8 799	3 075	2 713	2 558	2 634	9 674,50	2 744,50	12 619,00
Limousin	74	1,18	1 532	1 444	1 290	1 216	802	767	780	666	1 370,50	753,75	2 124,25
Lorraine	41	2,76	5 609	4 767	4 346	4 025	2 158	1 777	1 793	1 716	4 686,75	1 853,50	6 540,25
Midi-Pyrénées	73	4,75	8 955	8 009	7 338	6 897	3 015	3 000	2 905	2 875	7 799,75	2 948,75	10 748,50
Nord - Pas de Calais	31	4,59	8 381	7 727	6 821	6 158	3 250	3 353	2 854	2 939	7 221,75	3 099,00	10 320,75
Pays de la Loire	52	4,41	7 649	7 093	6 329	6 054	2 827	2 767	2 425	2 376	6 781,25	2 598,75	9 380,00
Picardie	22	2,36	4 644	4 320	3 760	3 490	1 778	1 543	1 295	1 212	4 053,50	1 457,00	5 510,50
Poitou-Charentes	54	2,65	4 849	4 374	3 636	3 629	1 670	1 640	1 436	1 400	4 122,00	1 536,50	5 658,50
Provence-Alpes-Côte d'	93	10,29	27 150	25 003	21 324	20 467	5 761	5 566	5 020	4 908	23 488,00	5 313,75	28 799,75
Rhône-Alpes	82	10,54	21 385	20 538	18 384	16 833	6 601	6 312	5 692	5 432	19 285,00	6 009,25	25 294,25
TOTAL FRANCE		100	214 321	207 248	180 463	169 956	59 869	56 526	50 947	49 326	192 997	64 167	247 164

A.N.C.E. - Direction Observatoire

(Source INSEE/ANCE) - Juin 1993

Le taux de création par rapport au parc d'entreprises, s'il est inférieur dans la région à la moyenne nationale, la situe néanmoins avant le dernier tiers des régions françaises (voir tableau III).

En revanche, le taux de création par rapport à la population active est nettement inférieur à la moyenne nationale et l'un des plus faibles de France. Les chiffres pour 1992 illustrent le classement du Nord - Pas de Calais pour la décennie écoulée.

TABLEAU II

TABLEAU STATISTIQUE FRANCE/REGIONS DES CREATIONS ET REPRISES
D'ENTREPRISES - 1989 A 1992
TOUTES ACTIVITES

Ensemble des Régions FRANCE	Pour 10.000 actifs en 1992		
	Créat.	Repr.	C + R
Alsace	53,35	17,46	70,80
Aquitaine	83,52	26,41	109,93
Auvergne	49,46	27,95	77,41
Basse-Normandie	49,10	22,39	71,49
Bourgogne	49,23	22,73	71,96
Bretagne	51,65	26,15	77,80
Centre	50,22	19,53	69,76
Champagne-Ardenne	45,75	19,25	64,99
Corse	146,07	50,43	196,50
Franche-Comté	48,72	21,21	69,93
Haute-Normandie	47,45	20,85	68,31
Ile-de-France	107,00	13,74	120,74
Languedoc-Roussillon	121,52	36,38	157,90
Limousin	44,00	24,10	68,11
Lorraine	47,70	20,33	68,03
Midi-Pyrénées	73,63	30,69	104,33
Nord - Pas de Calais	46,58	22,23	68,81
Pays de la Loire	51,03	20,03	71,06
Picardie	50,14	17,41	67,55
Poitou-Charentes	60,49	23,34	83,82
Provence-Alpes-Côte d'Azur	133,08	31,90	164,98
Rhône-Alpes	76,24	24,60	100,84
TOTAL FRANCE	75,94	22,04	97,98

(Source INSEE/ANCE) - Juin 1993

A.N.C.E. - Direction Observatoire

B) Le parc d'entreprises diminue

En cinq ans (87-91) le nombre d'entreprises dans la région a diminué de 6 700 unités⁵

TABLEAU III
LES CREATIONS PAR REGION

Régions	Parc d'entreprises au 1/1/87 (milliers)	Parc d'entreprises au 1/1/92 (milliers)	Evolution 1987-1992 du parc (%)	Disparitions 1987-1991 (1Y parc 1987) (%)	Créations 1987-1991 (1Y parc 1987) (%)	Créations 1991/parc 1991 (%)
Corse	14,7	16,4	11,4	10,0	12,3	10,3
Provence-Alpes-Côte d'Azur	230,5	256,8	11,4	10,8	13,0	10,2
Ile-de-France	522,7	564,7	8,0	11,5	13,1	11,1
Rhône-Alpes	247,8	260,4	5,1	9,6	10,6	9,3
Alsace	52,3	54,6	4,4	9,4	10,3	9,8
France métropolitaine	2 440,8	2 522,3	3,3	10,4	11,0	9,5
Pays de la Loire	103,7	105,9	2,1	9,3	9,7	8,2
Languedoc-Roussillon	110,9	112,4	1,3	11,6	11,9	10,6
Haute-Normandie	56,0	56,6	1,1	10,0	10,2	8,9
Aquitaine	130,7	131,8	0,8	10,4	10,6	9,2
Picardie	67,4	67,5	0,1	10,2	10,2	8,8
Midi-Pyrénées	115,7	115,5	-0,1	9,9	9,9	8,8
Poitou-Charentes	64,7	64,5	-0,3	9,5	9,4	7,8
Franche-Comté	38,8	38,8	-0,5	9,3	9,2	8,0
Centre	87,2	86,6	-0,8	9,6	9,4	8,3
Bourgogne	60,0	59,0	-1,6	9,5	9,2	8,0
Basse Normandie	50,8	50,0	-1,6	10,0	9,7	8,3
Bretagne	108,4	105,5	-2,7	9,7	9,2	7,8
Nord-Pas-de-Calais	118,5	111,8	-5,7	10,8	9,6	8,4
Auvergne	58,4	55,1	-5,7	9,0	7,8	7,0
Champagne-Ardenne	46,6	43,9	-5,8	10,5	9,3	8,4
Lorraine	72,9	67,4	-7,5	11,1	9,6	8,9
Limousin	31,0	28,6	-7,7	9,0	7,4	7,1

(1) Indicateur annualisé en divisant par 5

Source : *Sirène, Insee*

⁵ (Insee Première n° 229 - Octobre 1992)

C) La pérennité des nouvelles entreprises est égale à la moyenne nationale

L'Insee a observé, en septembre 1989, un panel d'entreprises créés de septembre 1984 à août 1985. Le quotient de survie à quatre ans représente le pourcentage d'entreprises encore actives à leur quatrième anniversaire (pour 100 actives à un an)⁶.

TABLEAU IV

SURVIE INEGALE DES ENTREPRISES SELON LA REGION D'IMPLANTATION

Région	Quotient de survie à quatre ans - Q - %
Limousin	64
Centre	58
Franche-Comté	58
Basse Normandie	55
Champagne-Ardenne	54
Picardie	53
Auvergne	53
Poitou -Charentes	53
Pays de Loire	52,5
Aquitaine	52,5
Rhône-Alpes	52
Bretagne	51
Lorraine	51
Haute Normandie	50,5
Midi-Pyrénées	50,5
Nord-Pas-de-Calais	50
Provence-Alpes-Côte d'Azur et Corse*	49,5
Languedoc-Roussillon	49
Bourgogne	48,5
Ile-de-France	45
Alsace	39
France entière	50

⁶ Insee Première n° 110 novembre 1990.

D) Des disparités, infra régionales

Le tableau ci après fait apparaître les disparités entre les bassins d'emploi du Nord - Pas de Calais, avec un très fort dynamisme de la métropole Lille Roubaix Tourcoing et de la zone limitrophe de Lens.

TABLEAU V

LES POINTS FORTS ET LES POINTS FAIBLES DES BASSINS D'EMPLOI
EN MATIERE DE CREATIONS D'ENTREPRISES PAR SECTEUR D'ACTIVITE

(Source Insee 1991).

BASSINS D'EMPLOI	TX CREAT. INDUSTRIE	TX CREAT. B.T.P.	TX CREAT. COMMERCE	TX CREAT. SERVICES	TX CREAT. TRANSPORTS ET TELECOM.	TX CREAT. TOTAL ACTIVITES
Roubaix-Tourcoing	+	=	+	=	+	+
Lille	+	+	+	+	+	+
Dunkerque	+	+	-	-	-	-
Flandres-Lys	-	-	-	-	-	-
Dunkerque	-	+	-	-	-	-
Valenciennes	=	-	-	-	-	-
Carbrai	-	-	-	-	-	-
Sambre-Avesnois	=	-	-	+	-	=
Artois-Ternois	-	-	+	-	-	-
Lens	+	+	=	-	+	+
Béthune-Bruay	=	-	-	=	-	-
Saint-Omer	-	-	-	-	-	-
Calaisis	-	+	-	-	+	-
Boulonnais	-	=	+	-	+	-
Montreuil	-	-	-	=	+	-

- Taux de créations inférieurs à la moyenne régionale
- + Taux de créations supérieurs à la moyenne régionale
- = Taux de créations égaux à la moyenne régionale.

§ 2 : Les causes de cette situation

A) Le Nord - Pas de Calais : une région de tradition industrielle

"L'industrialisation de l'Europe s'est faite par vagues successives, chacune apportant son flux de prospérité et engendrant des crises lors de son reflux. Les régions de tradition industrielle sont donc, pour la plupart, confrontées aux effets cumulatifs des reflux successifs"⁷.

Le Nord - Pas de Calais fait partie de ces régions de tradition industrielle et cumule des caractéristiques défavorables.

C'est d'abord un espace dans lequel s'est inscrit la première révolution industrielle : industrialisation du textile avec la machine à vapeur, charbonnages et sidérurgie.

Ce sont ensuite des espaces fortement spécialisés dans des secteurs en difficultés depuis longtemps, notamment le textile et la construction navale.

Ce sont enfin des espaces de tradition industrielle plus récente, mais qui connaissent également des difficultés : la sidérurgie côtière, l'automobile, la pétrochimie, les constructions mécaniques.

Le déclin des régions de tradition industrielle s'apprécie au regard d'un certain nombre de critères : production, productivité, emploi, chômage.

Quelles sont les causes de ce déclin industriel ?

Peuvent être cités : le vieillissement de l'appareil productif ; la concurrence des nouveaux pays industrialisés, notamment dans la filière textile (avec la délocalisation), la construction navale ; des contraintes spatiales pour l'expansion des entreprises, des prix de production trop élevés dans la production d'acier ou l'extraction du charbon...

Il est incontestable que le Nord - Pas de Calais a subi tous les effets cumulatifs de la spécialisation sectorielle avec à la fois le déclin du textile, de la sidérurgie, de la pétrochimie de base, et de la disparition de la construction navale et des charbonnages.

Les résultats du déclin peuvent être observés dans la comparaison d'un certain nombre d'indicateurs rassemblés par l'INSEE⁸. La situation économique du Nord - Pas de Calais apparaît dans une implacable cohérence :

- Niveau faible du PIB par habitant.
- Revenu des ménages inférieur à la moyenne nationale avec une double particularité : la région compte une des plus fortes proportions de ménages bénéficiaires du Revenu Minimum d'Insertion et arrive en quatrième position dans le montant versé par habitant au titre de l'impôt de solidarité sur la fortune. Le niveau de revenu relativement faible est notamment dû à un niveau de salaires sensiblement plus faible que la moyenne nationale.

⁷ Rapport technique sur "les enjeux de la restructuration pour les régions européennes de tradition industrielle", présenté par Jacques ROBERT.

⁸ "La France et ses régions" - Edition 1993.

- Consommation des ménages en avant dernière position (avant l'Auvergne) mais dernière position pour ce qui concerne le parc automobile, par exemple, et les dépôts bancaires.

Ces caractéristiques économiques ont bien évidemment des répercussions sur la création d'entreprises.

B) Spécialisation spatiale et dynamisme régional

Michel BATTIAU⁹ observe que le Nord - Pas de Calais est constitué d'une juxtaposition de bassins d'emplois largement dominés chacun par une ou deux activités. Cette mono-activité "a entraîné, à long terme, des conséquences économiques, sociales et mentales qui ont bloqué le dynamisme régional".

D'abord, la région a plus ou moins sélectionné une main d'oeuvre adaptée, en offrant des emplois spécifiques, obligeant ceux qui n'en voulaient pas à quitter la région et en y faisant venir ceux qui acceptaient. "N'ont subsisté dans ces espaces que les populations dont les comportements et les niveaux de formation étaient strictement ajustés aux besoins des industries locales".

"Cette mono-activité a eu sur les mentalités collectives des effets pervers dont les conséquences ont été très graves et sur lesquelles on a sans doute insuffisamment insisté". En effet, M. BATTIAU constate que la mono-activité est, dans beaucoup de cas, le fondement de l'identité locale, pour des populations aux origines différentes : "c'est le souvenir des réussites économiques et des luttes menées dans le textile, les charbonnages, la sidérurgie... qui est devenu l'essentiel de la mémoire collective".

"Les effets de cette identification ont été considérables sur le dynamisme local. Accepter l'idée de la remise en cause du rôle de l'activité dominante, c'était implicitement menacer ce qui faisait le ciment de la communauté locale".

Lorsque les premières difficultés des activités dominantes sont apparues, elles ont été perçues comme conjoncturelles, ou comme provenant d'une concurrence des nouveaux pays industrialisés... contre laquelle il fallait se protéger.

M. BATTIAU démontre que la création d'industries nouvelles n'a pu se faire dans la région, et ceci pour deux raisons : d'une part, les chefs d'entreprise locaux n'avaient pas toujours les ressources ni les opportunités nécessaires, et qu'il aurait été mal vu de retirer ces ressources de l'activité dominante faiblissante ; d'autre part, les entreprises extérieures à la région et ayant développé des activités nouvelles étaient spontanément peu attirées, n'y trouvant pas la main d'oeuvre ayant les qualifications dont ils avaient besoin.

Les "vieilles régions industrielles" ont beaucoup souffert d'un mode d'organisation spatiale en cellules économiquement trop homogènes, créant des mentalités et des sociétés devenues de moins en moins ouvertes aux innovations. Lorsque l'ensemble de la région, comme c'est le cas du Nord - Pas de Calais, est constitué d'espaces de ce genre, la crise est très grave puisqu'il n'y a plus de foyers proches pour ranimer les bassins d'emplois en déclin".

⁹ Hommes et terres du Nord, 1985 - 2 pp. 65 à 68.



Michel BATTIAU conclut : "La gravité de la crise ne varie pas en fonction de l'ancienneté de l'apparition de l'industrie. Elle est proportionnelle au degré de spécialisation de l'espace".

C) L'absence relative d'exemplarité

Le Nord - Pas de Calais est la région française se caractérisant par la plus forte proportion d'établissements de plus de cinquante salariés, la plus forte proportion de salariés dans des établissements de plus de cinquante personnes et symétriquement, la plus faible proportion de salariés employés dans des établissements employant de 1 à 9 personnes¹⁰.

D'autre part, la densité d'entreprises artisanales est la plus faible de France : 8,7 pour 1 000 habitants, contre 15 au niveau national¹¹.

Cette situation agit sur la création d'entreprises pour un certain nombre de raisons :

- L'image de l'entreprise est celle de la grande entreprise, et il est difficile d'envisager de créer un établissement d'une taille comparable ;
- Une grande organisation n'est pas une bonne école pour la création d'entreprise : parcellisation des tâches, complexité des processus, marchés inaccessibles, pour une petite entreprise... ne concourent pas à former de futurs entrepreneurs.
- Dans certains bassins d'emplois, la politique des employeurs a été de prendre en charge la quasi totalité des conditions de vie de leurs salariés, l'exemple le plus caractéristique étant celui du Bassin Minier. Dans ces conditions, comment des salariés formés, logés, soignés, chauffés... par leur employeur et ne connaissant pratiquement comme seule activité indépendante que le café, pouvaient devenir créateur d'entreprise, ce dont au surplus ni l'école, ni aucun média n'avaient jamais évoqué l'éventualité. Dans leur culture, il n'y avait pas d'alternative au salariat ;
- La population du Nord - Pas de Calais a également pu assister à la disparition d'entreprises de petite taille liées notamment à l'activité agricole. La région, par exemple comptait 3 000 brasseries avant 1914 et n'en a plus que 30 aujourd'hui. Le modèle dominant de la grande entreprise s'est consolidé.

D) Des facteurs humains défavorables à la création d'entreprises

Le Nord - Pas de Calais se caractérise par :

- Une émigration d'une partie de sa population.
 - Une faiblesse des effectifs salariés en activités à fort potentiel technologique.
 - Un niveau de formation inférieur à la moyenne nationale.
 - Un "sous encadrement" dans les activités de production.
- "La population active du Nord - Pas de Calais aurait dû croître de 130 000 personnes en huit ans. La réalité est loin du compte : en 1990, la région n'affiche qu'environ 28 000 actifs de plus qu'en 1992..."¹². Entre 1982 et 1990, le Nord - Pas de Calais a perdu plus

¹⁰ "La France et ses régions" op-cit p 163.

¹¹ "La France et ses régions" op-cit p 168.

¹² B. MACRAKIS - La Monde 23/24 mai 1993.

de 100 000 personnes par émigration nette, mouvement ayant déjà été observé entre 1975 et 1982, avec le départ de jeunes adultes, de diplômés et de cadres.

Ce phénomène d'immigration, ajouté à un taux de chômage élevé et à l'image de la région font du Nord - Pas de Calais la région la moins attractive de France pour les actifs : seulement 4,4 % des actifs occupés en 1990 résidaient dans une autre région en 1982, contre 11 % pour l'ensemble de la métropole.

- "La répartition des activités à fort potentiel technologique montre le poids écrasant des départements de l'Île de France, puis de Rhône Alpes et ce n'est que par exception qu'apparaissent les départements des Bouches du Rhône, du Nord, du Doubs, de la Haute Garonne. Il est clair que cette concentration des activités susceptibles d'entraîner la croissance régionale est sans doute à l'origine du renforcement des disparités entre les différentes régions françaises"¹³.

TABLEAU VI

**ACTIVITES A FORT POTENTIEL TECHNOLOGIQUE - EFFECTIFS SALARIES
UNEDIC
AU 1er JANVIER 1991 (France entière et premiers départements classés)**

Conseil et assistance	1 269 000	- Rhône	12 134
- Ville de Paris	268 872	- Isère	10 885
- Hauts-de-Seine	101 679	- Seine-Saint-Denis	10 107
- Rhône	66 004	Assurances	141 800
- Nord	51 082	- Ville de Paris	48 131
- Bouches-du-Rhône	41 159	- Hauts-de-Seine	21 723
- Yvelines	35 526	- Deux-Sèvres	5 454
- Val-de-Marne	27 471	- Sarthe	4 711
Santé (services marchands)	491 300	Construction aéronautique	114 900
- Ville de Paris	30 708	- Hauts-de-Seine	18 150
- Bouches-du-Rhône	21 181	- Haute-Garonne	14 789
- Hauts-de-Seine	17 816	- Yvelines	10 462
- Nord	17 077	- Bouches-du-Rhône	7 749
- Rhône	16 991	- Essonne	7 387
Services divers (marchands)	420 700	Parachimie	109 800
- Ville de Paris	59 290	- Hauts-de-Seine	13 464
- Hauts-de-Seine	27 863	- Ville de Paris	8 885
- Rhône	15 285	- Oise	6 049
- Bouches-du-Rhône	15 024	- Seine-Saint-Denis	5 762
- Nord	15 005	- Nord	5 380
- Val-de-Marne	12 395	- Rhône	4 535
- Seine-Saint-Denis	12 202	- Val-d'Oise	4 299
- Yvelines	10 559	Fabrication d'instruments de précision	84 500
Construction automobiles	364 900	- Doubs	6 859
- Hauts-de-Seine	32 192	- Haute-Savoie	5 176
- Doubs	31 747	- Jura	4 076
- Yvelines	25 271	- Hauts-de-Seine	3 933
- Nord	18 539	- Ville de Paris	3 892
Fabrication de matériel électronique	243 400	- Val-de-Marne	3 792
- Hauts-de-Seine	33 450	Industrie pharmaceutique	77 500
- Ville de Paris	14 824	- Hauts-de-Seine	14 345
- Yvelines	14 184	- Ville de Paris	7 831
- Essonne	9 352	- Rhône	7 434
- Val-de-Marne	8 210	- Val-de-Marne	3 301
Fabrication de matériel électrique	194 900		
- Hauts-de-Seine	13 044		

¹³ B. GESNIER "Recomposition spatiale de l'appareil de production" op-cit p 35.

- Le pourcentage des personnes âgées de plus de quinze ans ayant terminé des études avec le baccalauréat est le plus faible de France (7,5 % identique à celui de la Base Normandie) contre 9,3 % au niveau national. Ceci est à relier au passé de la région, dans la mesure où l'emploi était assuré aussi bien à l'usine, qu'à la mine ou à la ferme, et ceci jusque dans les années 60, et que la poursuite d'études n'était pas considérée comme nécessaire.

- Le "sous-encadrement" des activités de production a pu apparaître¹⁴ dans les établissements de plus de 10 salariés : 1,6 % d'ingénieurs et cadres techniques dans la région, contre 2,6 % au niveau national, et respectivement 2,9 % et 5 % pour les cadres supérieurs.

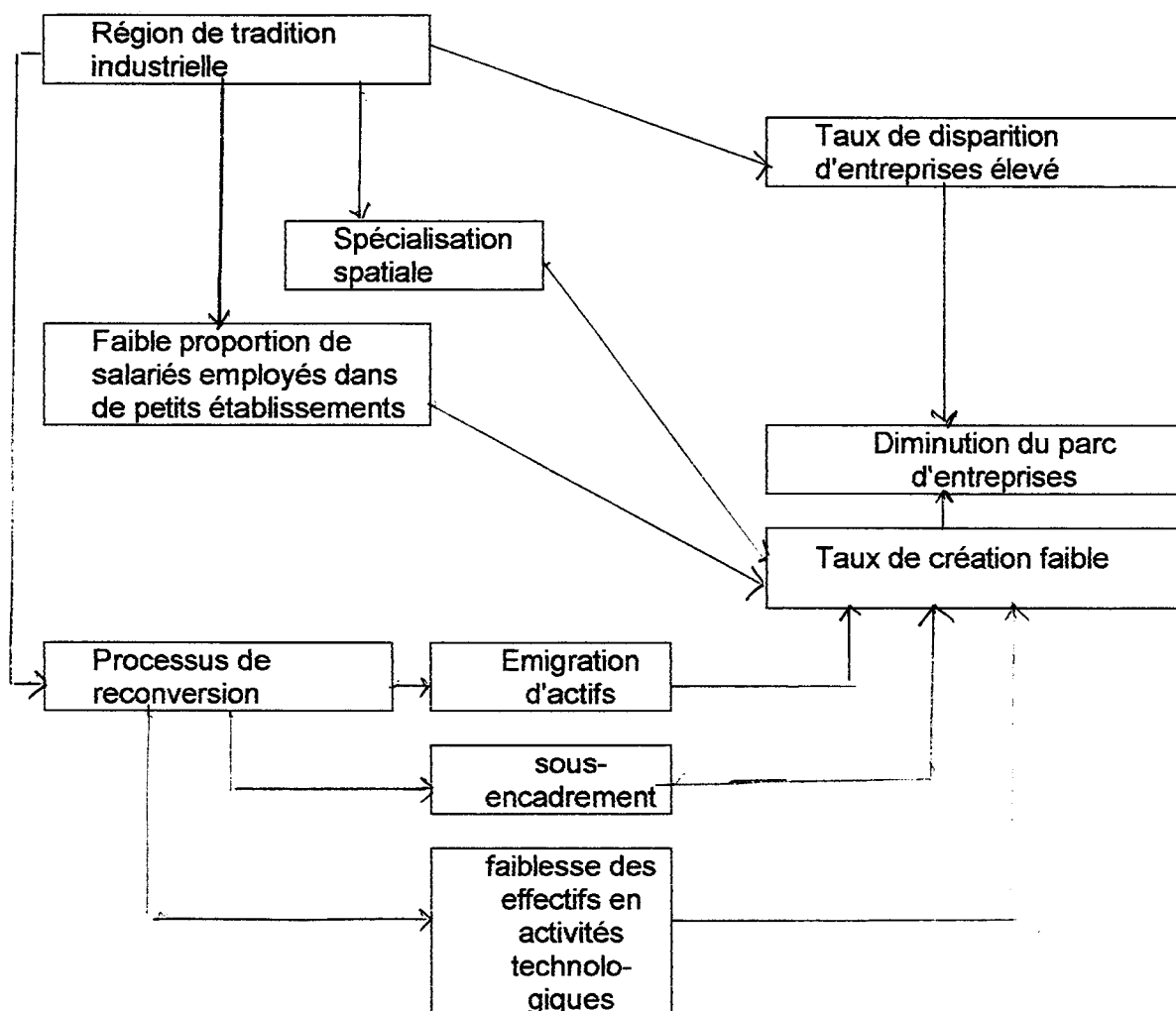
On peut penser que l'émigration d'actifs tarit très directement une source d'entrepreneurs, et n'incite pas leurs homologues restant dans la région à se montrer entreprenants. Certains observateurs de la création d'entreprise font l'hypothèse qu'un niveau de formation relativement faible se relie généralement à un faible esprit d'entreprise.

La faiblesse des effectifs employés dans des activités à fort potentiel technologique pèse sur le potentiel de créateur d'entreprises susceptibles de se développer. Enfin, nous constatons dans le Nord - Pas de Calais une quasi absence de l'essaimage volontaire dans le cadre d'une politique d'entreprise, par opposition à un essaimage-reconversion rendu obligatoire par la suppression d'effectifs, voire la fermeture d'entreprises. Le sous-encadrement doit en être une des explications.

§ 3 : Un schéma explicatif

Diverses causes viennent d'être présentés. L'articulation entre celles-ci peut se présenter ainsi :

¹⁴ Les industries du Nord - Pas de Calais "Insee Lille 1986.



§ 4 : Des orientations pour l'action

Les enjeux que représente la création d'entreprises pour le Nord - Pas de Calais apparaissent avec acuité :

- L'emploi, avec un taux de chômage supérieur au taux national.
- L'insertion sociale de ceux qui ont été victimes d'un processus d'exclusion.
- Le renouvellement du tissu productif avec notamment la nécessité de reconstituer une trame composée d'entreprises ayant un impact significatif sur l'économie régionale.
- La gestion du territoire régional avec des zones rurales se dépeuplant, des bassins d'emploi frappés par la reconversion, et des pôles de développement potentiel.

Trois objectifs de l'action en faveur de la création d'entreprises apparaissent à l'issue du diagnostic :

- Qu'il y ait davantage de créations dans la région.
Sans vouloir adopter de buts quantifiés, il faut noter que le taux national appliqué à la population active du Nord - Pas de Calais donnerait plus de 10 000 créations contre 6 158 recensées en 1992.
- Que ces entreprises nouvelles soient davantage pérennes.
Même si le quotient de survie des entreprises nouvelles est identique à la moyenne nationale, (50 %) des efforts peuvent être faits : le taux régional le plus élevé est de 64 %.
- Qu'il y ait davantage d'entreprises nouvelles se développant.
Dans une région en reconversion, il est impératif que des entreprises de croissance se substituent, plus ou moins totalement, aux activités anciennes.

Deux grands axes s'imposent dans la stratégie de la région :

- Développer un environnement davantage entrepreneurial.
- Mettre en oeuvre une politique efficace d'accompagnement des créateurs d'entreprise.

Section II : Un environnement davantage entrepreneurial

De nombreuses actions ont été menées dans la Région pour informer et sensibiliser l'opinion à la création d'entreprises, mieux accueillir les créateurs, intervenir dans le financement d'entreprises nouvelles...

Il s'agit de poursuivre et de développer ce type d'actions, tout en mettant en oeuvre de nouvelles initiatives, afin de tendre à constituer un environnement qui soit le plus favorable possible à la création d'entreprise dans la Région. Ceci amène à agir dans deux grandes directions :

- Développer une attitude davantage orientée vers l'initiative et la création d'entreprises.
- Faciliter l'obtention des ressources nécessaires à la création d'entreprises.

§ 1 : Une attitude davantage orientée vers la création d'entreprises

Le développement d'une plus forte orientation culturelle vers l'initiative et la création d'entreprises passe par deux grandes catégories d'actions : d'une part, des actions de communication, aux effets pouvant être immédiats ; d'autre part, une action plus en profondeur auprès des jeunes de la région, par le biais du système éducatif.

A) Communiquer sur le thème de la création

Le message très général est simple et clair : la création d'entreprises n'est pas facile, mais elle est possible et il y a des appuis.

Ce message pourra être décliné et adapté en fonction de buts plus précis. Nous prendrons deux exemples de mise en oeuvre : le Manifeste pour l'Initiative et le service d'information sur la création d'entreprise accessible par "Numéro Vert".

a) Le Manifeste pour l'Initiative

Dans le cadre d'un groupe informel se réunissant sur le thème de la création d'entreprises est apparu l'intérêt d'une action de sensibilisation se matérialisant par la rédaction d'un Manifeste pour l'Initiative.

La volonté des rédacteurs du document était de susciter une prise de conscience de la faible entrepreneurialité constatée dans la région et d'initier une modification des comportements d'acteurs économiques à l'égard des créateurs d'entreprise.

Le texte s'organise en deux parties : d'abord, le contexte régional, les enjeux de la création d'entreprises et le concept de "responsabilité collective" dans une réaction par l'initiative, dans une première partie. Dans une seconde partie, sont proposés des engagements à mettre en oeuvre, dans les trois ans qui viennent, à des responsables d'entreprises et d'organismes privés ou publics, à des élus, des fonctionnaires, des enseignants, et également de simples personnes physiques qui souhaiteraient s'engager.

En quelques mois (Printemps 1993), près de deux cents signatures ont été collectées : 105 signatures de jeunes chefs d'entreprise, qui ont en quelque sorte "légitimé" le texte, plus de soixante personnalités d'horizons très divers ont déjà signé, auxquelles viennent s'ajouter d'autres signatures.

Une Association pour l'Initiative Economique s'est constituée pour faire vivre le Manifeste. Il s'agit de la diffusion du Manifeste vers le grand public, notamment par le biais d'articles dans la presse régionale, d'un projet de "Fête de l'Initiative", de l'établissement d'un bilan annuel des résultats du manifeste...

Avec le Manifeste pour l'Initiative, un double objectif est atteint : d'une part, une diffusion d'informations relatives à la création ; d'autre part, un engagement de responsables à agir en faveur de la création d'entreprises.

b) Un service d'information téléphonique : "Numéro Vert Création d'Entreprise"

Ce projet est né de plusieurs constats :

- Le Nord - Pas de Calais se situe au dernier rang des régions françaises lorsque l'on rapporte le nombre de créations d'entreprise à la population active. L'une des raisons de cette faible entrepreneurialité est due à un manque d'information sur les appuis à la création d'entreprise.
- Selon une estimation nationale, 70 % des nouveaux entrepreneurs n'ont pris aucun conseil avant de créer.

- Certains créateurs, ayant la volonté de s'informer, évoquent l'image du "labyrinthe" parce qu'ils déclarent ne pas savoir ou s'informer. Ils souhaiteraient une source unique d'information, (à l'instar des Centres Interministériels de Renseignements Administratifs).

- Le taux de mortalité infantile est élevé (50 % de disparition des nouvelles entreprises au cours des cinq premières années), taux que l'on peut rapprocher d'un isolement du nouvel entrepreneur.

Le projet veut atteindre 4 objectifs :

- Permettre à des créateurs potentiels d'accéder facilement à une source d'information, au niveau de la région, pour obtenir une première orientation.

- Permettre à des jeunes chefs d'entreprises d'être orientés vers la bonne structure compte tenu du problème posé.

- Constituer une source d'information pour des opérateurs de la création d'entreprises.

- Renforcer l'effet "de réseaux de la création" d'une part en orientant les créateurs vers le point d'entrée adapté, d'autre part en informant et en mettant en relation les membres du réseau.

Le projet consiste à permettre l'accès téléphonique, par un numéro vert, largement médiatisé, à une personne pouvant répondre instantanément ou dans un délai très rapide aux questions posées.

Catégories d'appelants	Type d'information diffusée
Créateurs potentiels Nouveaux entrepreneurs.	<ul style="list-style-type: none"> - Essentiellement, orientation vers un point d'accueil ou une structure pouvant répondre au problème posé. - Accessoirement, réponse à une question pouvant être traitée immédiatement (aides par exemples).
Opérateurs n'appartenant pas au Réseau des Points Chances. ¹⁵	<ul style="list-style-type: none"> - Orientation d'un créateur reçu vers le bon interlocuteur. - Réponse à des questions (avec délai éventuellement). - Orientation vers l'interlocuteur adéquat pour résoudre le problème posé.
Points Chances n'appartenant pas au réseau régional vertical	<ul style="list-style-type: none"> - Réponse à des questions n'étant pas traitées dans la documentation ANCE et pouvant l'être à un niveau régional.
Points Chances des réseaux consulaires et Espace	<ul style="list-style-type: none"> - A priori, pas d'interrogation.

Le projet s'articule autour des éléments suivants :

- Constitution et maintenance d'une base documentaire.
- Mise en place d'une équipe de "consultants".
- Lancement de l'opération et communication.

Les demandes de financement pour un démarrage de l'opération sont en cours d'examen.

B) Système éducatif et création d'entreprises¹⁶

a) Apprendre à entreprendre

¹⁵Les Points Chances sont des points accueil de créateurs labellisés

¹⁶ Sur ce thème s'est déroulée une journée technique dans le cadre des Assises Régionales de la Création d'Entreprise, le 6 novembre 1991, et ont eu lieu des réunions d'un groupe de travail.

Développer chez les scolaires une capacité à l'autonomie et à conduire des projets, contribuer à ce qu'ils deviennent des adultes capables de créativité, sont une des missions que peut s'assigner le système éducatif, et ceci pour trois raisons :

- D'abord, c'est une des ouvertures des formations vers le monde de l'entreprise.
- Ensuite, c'est un élément de formation qui contribue à préparer les jeunes aux nouvelles conditions d'activité (individualisation, implication plus forte dans le processus de production).
- Enfin, la création d'entreprise constitue un itinéraire professionnel possible, et il est impératif de présenter cette alternative au salariat.

Trois grandes catégories de moyens seront mises en oeuvre dans le Nord - Pas de Calais :

1. Sensibilisation des élèves au cours de séances d'information.

L'utilisation d'une mallette pédagogique, destinée aux opérateurs de la création, apporte un appui dans la conduite de ces séances (guide d'animation, jeu de transparents, cassette vidéo).

2. Le lancement d'une action visant à susciter la création, et à animer 15 mini-entreprises dans l'Académie de Lille au cours de l'année scolaire 93-94.

La mini-entreprise a un statut d'association loi de 1901, doublé d'une société fictive, dont le capital est constitué des appuis de chacun des élèves participant et d'appuis de partenaires extérieurs. En dehors des heures d'enseignement, les élèves, avec le soutien d'enseignants mettent au point des produits.

Leur implication ne s'arrête pas là : il faut produire (et donc réunir des moyens) et également vendre.

Tout au long de cette démarche, la mini-entreprise reçoit le concours de partenaires extérieures (par exemple : experts-comptables, directeur d'agences bancaires, chefs d'entreprise, cadres...). A la fin de l'année scolaire, l'entreprise pourra être liquidée ou continuée. Avec la mini-entreprise, les élèves abordent toutes les fonctions de l'entreprise : la production, le commercial, la gestion.

3. La formation des enseignants :

Les objectifs d'une telle formation sont les suivants :

- Connaître les différents enjeux de la création d'entreprises.
- Disposer de méthodes et d'outils pour insérer la sensibilisation et la formation à la création d'entreprises dans leur dispositif pédagogique.
- Mieux connaître l'environnement économique.

Les modalités de cette formation sont diverses :

- L'Université d'Eté telle qu'elle a pu être pratiquée dans d'autres régions : 4 ou 5 journées de tribunes, d'ateliers, de débats, de visites...

- Une formation étalée dans le temps, dans le cadre du Plan académique de formation.
- Des formules utilisant certaines opportunités ou des initiatives locales (mini-entreprises).

b) L'utilisation des établissements de formation comme centre de ressources pour des créateurs d'entreprises

Les établissements de la Région présentent toute une palette de possibilités qui ne sont pas suffisamment exploitées.

Les formations des secteurs secondaires peuvent ainsi participer à l'élaboration de prototypes de nouveaux produits, à la mise au point de process, permettre l'accès de nouvelles entreprises à leur parc machines...

Les formations tertiaires seront davantage sollicitées pour l'élaboration de projets de nouvelles entreprises, des études de marché, des actions de commercialisation...

Les programmes des formations permettent ce type de relations avec la pratique de stages longs, de stages fractionnés très courts (dans certaines formations), des missions économiques de prospection à l'étranger...

L'utilisation des établissements de formation comme centres de ressources passe par les modalités suivantes :

- Une connaissance du potentiel de chaque établissement et de ses conditions d'intervention par une enquête.
- Le recensement et la diffusion de ces informations sous la forme d'un "catalogue de ressources" à destination des opérateurs de la création.
- L'utilisation de structures adaptées (éventuellement existantes) comme les associations d'étudiants.
- L'implication d'enseignants (comme c'est le cas pour toutes les actions qui se mènent avec les entreprises existantes) sensibilisés aux caractères spécifiques des entreprises en création (par le biais notamment des actions de formation).

§ 2 : Faciliter l'obtention des ressources nécessaires à la création d'entreprises

A) Une disponibilité et une accessibilité des ressources à améliorer

Le Nord - Pas de Calais compte actuellement 23 pépinières d'entreprises, présentant des possibilités d'accueil bien réparties aussi bien sur le plan des spécialisations que sur le plan géographique¹⁷.

¹⁷ Annuaire régional des pépinières - A.R.D. - mars 1993 - 2ème édition.

Les projets en cours d'étude donnent à penser que l'on tend, en matière de pépinières, vers une situation optimale. En revanche, il y a à faire en matière d'information et de financement.

a) Un accès plus facile aux informations.

Les informations qu'il faut rassembler pour élaborer le projet de nouvelle entreprise, pour démarrer son activité, pour la développer sont variées et correspondent à des attentes particulières de la part des créateurs compte tenu notamment de leur passé professionnel et du projet.

La meilleure réponse qui peut être apportée est l'insertion dans une démarche d'accompagnement (qui sera développée ultérieurement). Cependant, il est difficile de concevoir que la totalité des créateurs s'intègrent dans un processus très complet d'accompagnement. Aussi, il faut, à la fois encourager l'accès à des sources d'informations existantes et encourager le développement de nouveaux moyens facilitant l'accès à l'information.

Dans la première catégorie, citons le réseau des Points Chances, les publications techniques de l'ANCE, les plates-formes d'initiative locale, (avec le parrainage), le Fonds d'Aide au Conseil...

Dans la seconde catégorie : l'utilisation d'établissements d'enseignement comme centres de ressources (présentée précédemment) ; la participation à des clubs de créateurs...

b) Un financement mieux adapté à la création d'entreprises.

Le financement de la création dans le Nord - Pas de Calais présente trois caractéristiques qu'il faut prendre en compte :

- Une dimension informelle insuffisamment développée.

Il n'est pas toujours nécessaire que des structures interviennent, notamment en matière de fonds propres ou de quasi-fonds propres. Le recours au capital de proximité pour la constitution du capital social a été évoqué précédemment et, selon nos observations, il n'est pas suffisamment utilisé. Dans le domaine des garanties, les collectivités locales peuvent accorder leur garantie, dans des limites prévues par les textes en vigueur, sans qu'il y ait création d'un fonds local de garantie. Cet accès direct à des sources de financement et de garanties pourrait être davantage pratiqué, avec une meilleure information des parties concernées : créateurs, élus, chargés d'accueil...

- Une offre de financement apparemment suffisante pour des projets d'entrepreneurs.

Certains responsables de structures de financement en fonds propres ou quasi fonds propres regrettent de ne pas avoir davantage de projets à examiner. Il semblerait donc que l'offre de financement pour des projets "d'entrepreneurs", c'est à dire d'entreprises à potentiel de développement, soit suffisante, voire surabondante. Ceci appelle plusieurs remarques :

. Les critères d'intervention de ces structures conduisent à une très forte sélectivité des dossiers, celle-ci pouvant conduire certains porteurs de projet à renoncer, a priori, à une demande de financement.

. Si l'offre de financement apparaît comme suffisante pour la phase de démarrage du projet, elle semblerait nettement insuffisante dans les phases de développement des entreprises.

. L'"effet d'offre " peut susciter une demande de la part de créateurs et jeunes entrepreneurs, éventuellement extérieurs à la région et s'y implantant.

. La cohérence d'une stratégie d'action en faveur de la création d'entreprises (information développée, accompagnement post-crédation, programmes spécifiques) devrait également augmenter une demande émanant d'entreprises à potentiel de développement.

- Une offre de financement insuffisante pour les micro-projets.

En revanche, l'offre apparaît comme étant insuffisante pour le financement de micro-projets : entreprises individuelles dans la majeure partie des cas ne pouvant recourir à des apports d'associés (comme les Clubs Cigale) ; présence insuffisante de plateformes d'initiative locale (sur le plan géographique et au niveau des capacités d'intervention) ; accès difficile, voire impossible, aux crédits bancaires.

B) Le renforcement des réseaux

a) Une nécessité

Le Guide Régional de la Création d'Entreprises recense près de deux cent cinquante structures intervenant dans ce domaine. Le renforcement du dispositif, à la fois sur le plan quantitatif et qualitatif, correspond à trois exigences :

- Il y a tellement à faire... Participer à des actions de sensibilisation (avec le programme "Apprendre à entreprendre"), accueillir davantage de candidats à la création (avec la mise en place du "numéro vert"), accompagner les créateurs (voir section III ci-après)... mobilisent un nombre important de structures.

- Il y a lieu de mailler la totalité du territoire régional et de tendre à une cohérence de l'ensemble du dispositif, pour ce qui concerne par exemple l'offre de financement de micro-projets.

- Le dispositif doit effectivement fonctionner en réseaux. Le créateur doit pouvoir très facilement accéder au point du réseau qu'il lui faut consulter ; les composantes du réseau doivent, de leur côté, sur un dossier ou une opération, rechercher une synergie positive.

b) Des actions

Renforcer les réseaux passe par des actions diverses : d'information (avec la documentation technique de l'ANCE, ou La Lettre de la Création d'Entreprise, de la

M.R.C.E., bimestrielle, 4 pages, diffusée à 800 exemplaires au niveau régional) ; de formation (séminaire, journées techniques) ; d'appui technique, pour le montage de structures ou d'opérations ; de stimulation, par la diffusion d'actions exemplaires d'un membre du réseau (La Lettre ou les Assises Régionales de la Création)... Ces actions doivent être poursuivies et intensifiées dans deux directions :

- L'information , la formation

L'information des réseaux bénéficiera (en plus des modalités actuelles) du service accessible par numéro vert. Il faut également contribuer à la formation de base de nouveaux opérateurs et faire bénéficier l'ensemble de ceux ci de sessions de formation adaptées. Un effort particulier devrait être fait en direction de travailleurs sociaux en charge de catégories de population fragiles. Il faudrait les préparer au dépistage et au premier accueil de personnes pour qui la création d'entreprise peut constituer une voie possible de réinsertion par l'économie. L'action des travailleurs sociaux permettrait de faire entrer dans les meilleures conditions, les porteurs de projet dans les dispositifs classiques d'accueil et d'accompagnement.

- Le développement des sources quasi-fonds propres pour le financement des micro-projets.

Deux voies peuvent être explorées :

- Mettre en oeuvre des formules d'accès au crédit pour la création d'activités productives par ceux que le système bancaire classique ne peut accueillir. A court terme, il peut y avoir attribution de subventions par les différents partenaires publics pour prendre en compte "le différentiel du coût de gestion du petit crédit et l'accompagnement des projets"¹⁸. A moyen terme, peut être envisagée la création d'une banque de solidarité (comme Triodosbank aux Pays-Bas).
- Développer le réseau des Plates-Formes d'Initiative Locales.

Constituée sous forme d'Association loi de 1901, au niveau d'un territoire, la plate forme d'initiative locale a deux missions immédiates :

- Mobiliser des moyens en faveur des porteurs de projet (notamment le prêt d'honneur et le parrainage).
- Faciliter les relations du créateur d'entreprise avec son environnement grâce à l'agrément donné par la plate-forme.

Ces missions impliquent la mobilisation par la forme de l'ensemble de l'environnement économique du créateur (chefs d'entreprises, financiers, élus, représentants d'organismes publics ou privés).

La création d'une plate-forme apparaît donc comme un élément de réponse positive à la volonté ressentie par de nombreux responsables, de favoriser le développement économique local. Par nature très souple, et disposant d'une très grande autonomie, la structure des plates-formes présente l'avantage de pouvoir s'adapter aux différents contextes locaux. On peut penser que des futures communautés de communes participeront à l'action de plates-formes dans l'exercice de leur compétence de développement économique.

¹⁸ Proposition développée par Maria NOWAK "Une voie d'insertion méconnue : la création de son propre emploi" Association pour le Droit à l'Initiative Economique - juin 1992).

Actuellement, dix plates-formes de la Région adhèrent à France Initiative Réseau et ont des caractéristiques différenciées dans leur financement et leur action.

Il serait souhaitable de terminer le maillage de la Région par des plates-formes dont il faudrait susciter la création. Une politique d'appui à la création et au fonctionnement de ces structures pourrait être décidée, et pourrait se concrétiser par la négociation de conventions prenant compte notamment l'aspect financier.

Faciliter l'accès au marché pour des entreprises nouvelles et une autre composante d'un environnement davantage entrepreneurial. Deux actions sont à citer dans cette perspective : d'une part le Manifeste pour l'Initiative, peut aboutir à ce que des entreprises existantes accueillent plus facilement des entreprises nouvelles comme fournisseurs ; d'autre part la Fondation Nord Entreprendre, rassemblant autour d'elle un réseau d'entreprises régionales, permet à de jeunes entreprises de trouver, au sein de ces sociétés, une introduction commerciale.

Section III : L'accompagnement des créateurs d'entreprise

§ 1 : Définition et enjeux

A) La nécessité d'une définition¹⁹

Chaque fois qu'un concept nouveau apparaît, de multiples appellations sont utilisées pour le désigner. Ainsi, on parle de suivi, de tutorat, de parrainage, de compagnonnage, de monitorat (moins usité) et d'accompagnement. Le terme d'accompagnement peut être préféré dans la mesure où il est perçu comme étant plus actif que celui de suivi, n'introduit pas les connotations de hiérarchie et d'autorité du tutorat, et évoque une systématisation qui n'est pas forcément celle du parrainage.

Le terme de compagnonnage - le fait d'introduire quelqu'un dans une compagnie - peut-être réservé aux relations informelles se nouant entre un (ou plusieurs) chef(s) d'entreprise et un créateur, relations basées sur une connaissance antérieure, une amitié, un lien familial, une confiance réciproque.

D'un point de vue extensif, l'accompagnement désigne un dispositif cohérent accueillant un créateur, l'informant, l'aidant à élaborer son projet, le formant, l'insérant dans les réseaux de la création, maintenant des relations régulières et suivies pour la mise en oeuvre des fonctions de gestion (planification, contrôle, organisation, circulation de l'information), relations éventuellement contractualisées, jusqu'à ce que la nouvelle entreprise ait atteint une certaine autonomie.

D'une manière plus restrictive, l'accompagnement peut seulement concerner des relations plus ou moins formalisées entre une structure opérant dans le domaine de la création d'entreprise (et/ou une personne physique intervenant comme expert ou parrain...) et un nouvel entrepreneur.

¹⁹Les premières réflexions sur le thème de l'accompagnement des créateurs d'entreprise se sont déroulées dans le cadre des Assises Régionales pour la Création d'Entreprises, notamment avec la journée du 23 Mai 1991, et avec les réunions d'un groupe de travail qui a fonctionné jusque fin 1991.

Le premier point de vue, qui sera choisi dans ce document, est non seulement plus représentatif de l'existant, mais également plus fructueux sur le plan de la mise en oeuvre d'actions.

B) Les enjeux de l'accompagnement

Le premier enjeu est celui de la pérennité des nouvelles entreprises. D'une manière générale, celles-ci n'ont qu'une probabilité de 50 % d'atteindre leur cinquième anniversaire. Ce taux de disparition des entreprises créées est variable selon le secteur d'activité et le statut juridique.

On peut également observer que les nouvelles entreprises suivies par une structure (Plate-Forme d'Initiative Locale, Fondation Nord Entreprendre, Boutique de Gestion...) connaissent un taux de viabilité significativement supérieur à 50 %. Même si corrélation ne signifie pas causalité, il y a tout lieu de penser que l'accompagnement a une influence extrêmement positive sur la pérennité des nouvelles entreprises.

Le second enjeu de l'accompagnement est celui du développement des nouvelles entreprises. Incontestablement, la formation des créateurs, le développement d'aptitudes managériales, la maîtrise et l'utilisation de techniques de gestion permettent à certains d'entre eux d'aller "plus vite et plus loin".

Enfin, le troisième enjeu de l'accompagnement est celui de la possibilité de mettre en oeuvre des programmes spécifiques, destinés à des catégories particulières de créateurs potentiels ou de nouveaux entrepreneurs. Ceci correspond à une double préoccupation :

- D'une part, la population conservée est hétérogène et il faut des moyens adaptés à chaque segment de créateurs ;
- D'autre part, dans la mise en oeuvre d'une politique d'accompagnement, des choix peuvent être faits par les instances décidant d'une politique voulant s'adresser prioritairement à telle ou telle catégorie.

§ 2 : La situation actuelle dans le Nord - Pas de Calais

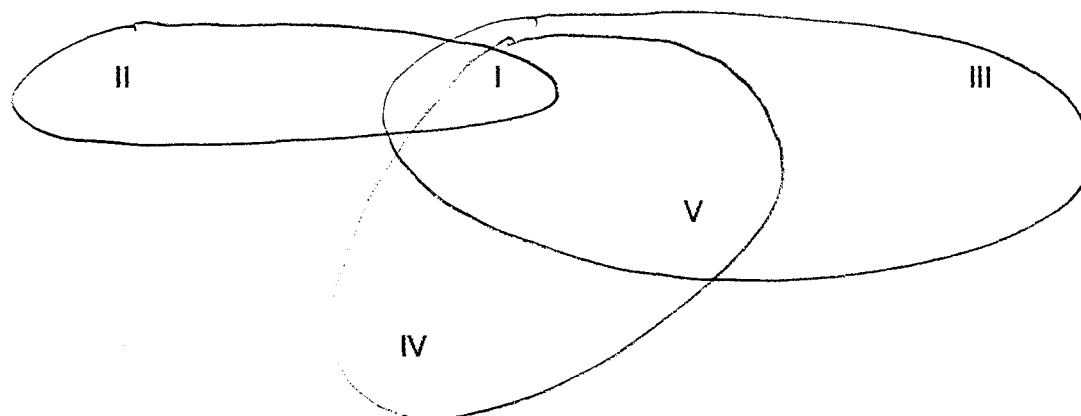
A) Combien d'entreprises accompagnées dans la Région Nord - Pas de Calais

Sur les 6 614 créations entreprises ex nihilo en 1991 (selon l'INSEE) combien y a-t-il entreprises ayant bénéficié d'un accompagnement ?

Vouloir répondre à cette question s'avère être un exercice extrêmement périlleux, à l'utilité toute relative.

En effet, il faudrait recenser d'une manière précise les créateurs d'entreprise ayant participé à des stages de formation, ayant été accueilli par les Points Chances, ayant bénéficié de prêts des P.F.I.L., de la Fondation Nord Entreprendre ou d'une société de conversion, ayant créés dans une pépinière, ayant bénéficié du Contrat de Création du Conseil Régional, du Programme SUCCES.

Pour être précis, il faudrait, non pas additionner ces différentes données, mais analyser les caractéristiques des créations pour il faudrait, non pas additionner ces différentes données, mais analyser les caractéristiques des créations pour identifier les modalités d'accompagnement dont elles ont pu bénéficier pour aboutir à la représentation ci-dessous :



Les entreprises de la zone I ont bénéficié de trois modalités d'accompagnement, celles de la zone V de deux, celles des zones II, III, IV d'une seule...

On estime, au niveau national, que seulement 30 % des créateurs ont un contact avec une structure d'appui à la création d'entreprises. Ce contact peut intervenir à n'importe quel moment du processus de création, ne concerner qu'un aspect particulier du projet (information sur les aides, les financements, les possibilités d'implantation... On peut penser que cette proportion de 30 % des créateurs ayant eu un contact est également observée dans la région.

En revanche, le nombre de créateurs bénéficiant d'un accompagnement - tel que nous l'avons défini plus haut- est extrêmement difficile à estimer précisément. Toutefois, il est nécessaire de relativiser ces données. En effet, des circuits informels d'appui existent : information avec les publications spécialisées (notamment celles de l'ANACE, Défis) conseil de chefs d'entreprise, de cadres... sollicités par des créateurs qui leur sont proches. L'analyse doit donc d'abord porter sur un recensement qualitatif de l'offre d'accompagnement, en négligeant les capacités d'intervention de ces structures.

B) Qui accompagne (après la création) et comment ?

Les structures intervenant dans l'appui aux créateurs sont rassemblées dans le "Guide Régional de la Création d'Entreprises". Nous nous attacherons ici à identifier les modalités de "l'accompagnement post-crédation" (A.P.C.).

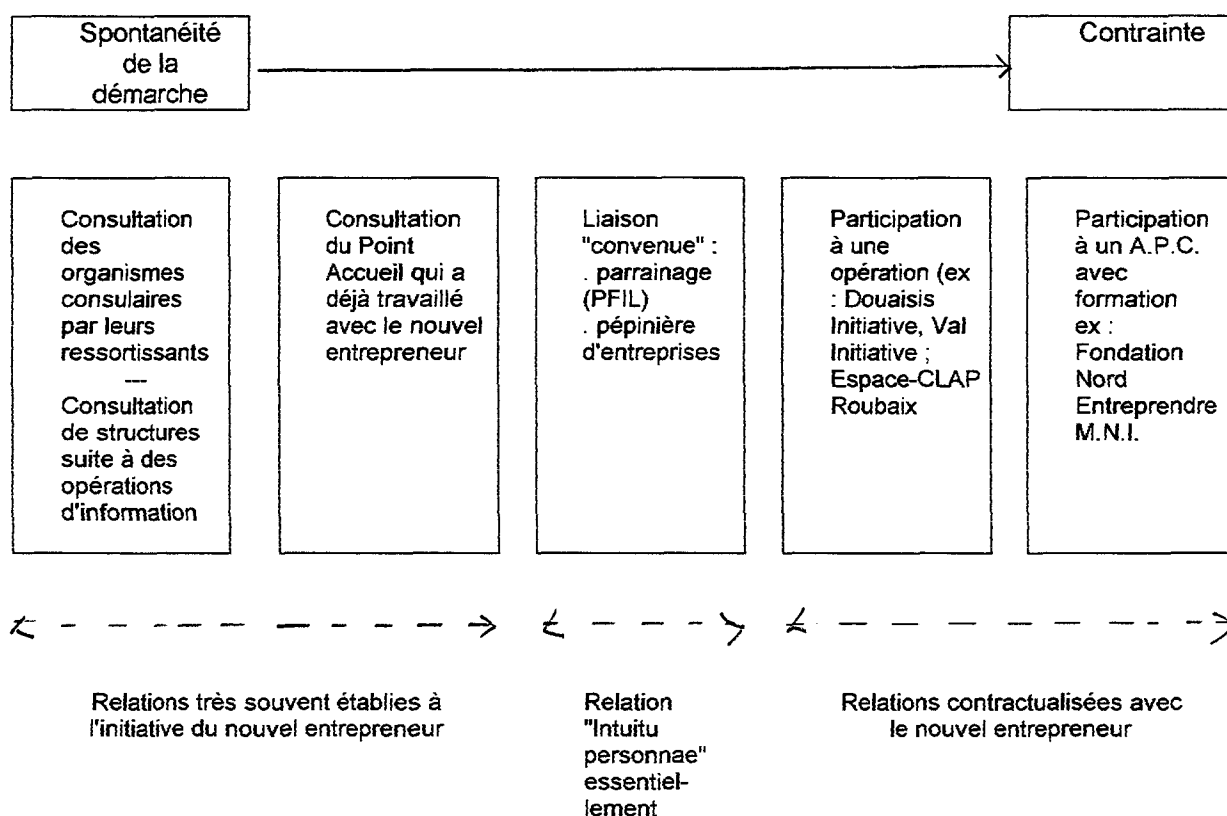
a) La diversité des modalités

Une dichotomie apparaît entre les modalités d'intervention adoptées par des structures "s'imposant" dans la nouvelle entreprise, et celles "attirant" le nouvel entrepreneur vers la structure considéré. Dans cette seconde catégorie, les modalités vont de la spontanéité de la démarche de la part du nouvel entrepreneur à la contrainte acceptée dans un contrat.

Ces diverses modalités sont visualisées dans le schéma ci-après et appellent un certain nombre de commentaires.

I - De la structure vers la nouvelle entreprise
(Ex : URSSAF d'Arras - opération CARFO).

II - La structure attire le nouvel entrepreneur



b) Les modalités adoptées par les structures "s'imposant" dans la nouvelle entreprise

L'URSSAF d'Arras, sous l'impulsion de M. MAILLY, son Directeur, a choisi, en 1984, de transformer la mission de contrôle d'un agent en mission de conseil auprès de jeunes entrepreneurs. En effet, l'URSSAF a accès aux documents comptables de l'entreprise et est obligatoirement reçue par le nouvel entrepreneur. Le succès de cette expérience a amené l'URSSAF d'Arras à faire exercer cette mission de conseil par l'ensemble de ses 17 contrôleurs.

L'administration fiscale n'a pas la même latitude d'intervention, sans contrôle formel de la comptabilité de l'entreprise.

Le Comité d'Aménagement Rural de Flandre Occidentale (CARFO : siège à Wormhout) mène une opération s'appuyant sur les maires du secteur, ceux-ci "introduisant" un conseiller EGEE auprès des chefs d'entreprise de leur commune.

c) Les modalités adoptées par les structures "attirant" les nouveaux entrepreneurs

Peu de commentaires à propos des relations très souvent établies à l'initiative du nouvel entrepreneur : la politique de communication des organismes consulaires, les réunions d'information organisées par les boutiques de gestion, la proposition d'un chargé d'accueil... susciteront des demandes de consultation de la part du nouvel entrepreneur sur des points précis. C'est aux structures qu'il appartient alors de développer - autant que faire se peut - un A.P.C. davantage structuré.

La relation essentiellement inter-personnelle se rencontre dans les relations de parrainage et de compagnonnage. C'est bien l'accord, la connivence, la confiance réciproque, etc. qui permettront des relations durables et fructueuses entre le nouvel entrepreneur et son parrain.

Cette dimension interpersonnelle se retrouve dans les relations s'établissant avec le directeur d'une pépinière d'entreprise. La nouvelle entreprise bénéficie des services de la pépinière, mais il n'y a pas obligation pour elle de soumettre un tableau de bord périodique, par exemple, à la direction de sa pépinière.

Dernière catégorie : les relations faisant l'objet d'un contrat entre le nouvel entrepreneur et la structure pilotant A.P.C.. Aux termes du contrat, il y a pour l'entrepreneur, engagement à des séances de travail périodiques et, à l'élaboration d'outils de suivi ; éventuellement participation financière au coût de l'A.P.C. et participation à une formation. Le contrat peut également prévoir une sanction : remboursement immédiat du prêt (F.N.E.) ou non versement d'une partie de celui-ci (M.N.I.).

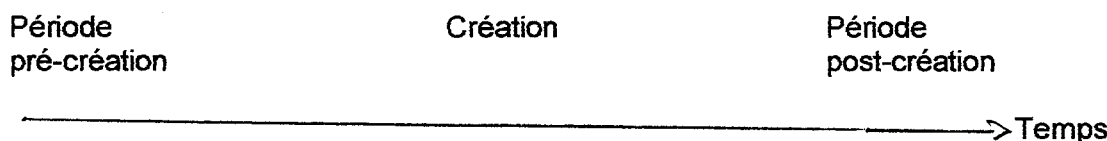
§ 3 : Des propositions pour un accompagnement plus performant

A) Une diversité de situations

Il faut tenir compte, avant de définir des orientations d'accompagnement, de divers éléments :

- La liberté d'entreprendre qui permet formellement à tout individu de créer une entreprise sans passage obligé par un quelconque dispositif d'accompagnement.
- Les difficultés - voir l'impossibilité - pour le nouvel entrepreneur à identifier et les réticences à admettre les aspects négatifs de son mode de gestion.
- La méconnaissance par les créateurs des capacités d'intervention des structures en matière d'accompagnement.
- La diversité des situations à prendre en compte, en fonction des besoins et des attentes des créateurs, du type d'entreprise créée, et de l'insertion du créateur dans un processus d'accompagnement.

Schématiquement, cette diversité de situations apparaît ainsi :



Type I Crédateurs s'informant, se formant, et bédéficiant d'un A.P.C.

Type II

Crédateurs ne pouvant
bédéficiant que d'un APC

Les créateurs du type I appartiennent à une catégorie qui entrent dans le processus, bien avant la création, et qui, sous réserve d'une méthodologie adéquate d'A.P.C., représentent une situation vers laquelle il faut tendre.

Les créateurs du type II ne peuvent pour autant être délaissés. Ils choisissent d'entrer dans le processus au moment qui leur convient (souhaitons que celui ci ne soit pas trop tardif face aux problèmes de l'entreprise) et avec des demandes qui peuvent être particulières.

Cette diversité des situations des créateurs oblige à envisager une offre d'accompagnement diversifiée, de même que les éléments ci-dessus obligent à imaginer des modalités d'action sur la demande adaptées.

Les orientations préconisées concernent l'offre d'accompagnement et la demande susceptible d'émaner des créateurs :

OFFRE d'accompagnement	DEMANDE émanant des créateurs
<ul style="list-style-type: none"> - Développement de l'accueil - Formation à la création - Développement de méthodologies de l'Accompagnement Post Création 	<ul style="list-style-type: none"> - Informer les créateurs d'entreprise de l'intérêt de l'accompagnement - Convaincre les créateurs, notamment de l'A.P.C. <ul style="list-style-type: none"> . Structures "s'imposant" . Outil d'autodiagnostic - Inciter les créateurs à l'accompagnement <ul style="list-style-type: none"> . Contractualisation . Avantages spécifiques.

B) Les orientations en matière d'offre d'accompagnement concernent :

a) L'accueil qui recouvre les phases pré-crédation : information, orientation et élaboration d'un projet.

Le réseau d'accueil, dans la région, est dense (il y a plus de 50 Points Chances notamment) et bien réparti géographiquement. Cependant, si le nombre de créateurs sollicitant le dispositif d'accueil augmente, la capacité du dispositif devra être augmentée :

Par l'augmentation éventuelle du nombre de Points d'accueil,

. Par une augmentation de la productivité de ces points (ex : séances d'information collectives, utilisation de logiciels...),

. Par le recours à des prestataires extérieurs bénévoles (conseillers EGEE, utilisation d'établissements de formation comme centres de ressources).

b) La formation à la création d'entreprise a fait l'objet de propositions²⁰

- Modifier l'offre dans sa structure : multiplication des modules ou actions de sensibilisation et des modules d'orientation ; développement des formations modulaires thématiques et diversification de la formation postérieure à la création.

- Modifier l'offre dans son contenu :

. Flexibilité par le développement de la modularité et de la personnalisation.

. Sortir des schémas "classiques", notamment par la méthode des cas.

. Approches pédagogiques et méthodologiques permettant de mieux distinguer, pour le créateur, l'acquisition des connaissances, le développement des aptitudes, et la maîtrise d'un comportement.

- Enfin, il faut à la fois renforcer la promotion la prescription de l'offre et articuler cette offre avec les appuis en faveur de la création d'entreprises. Dans cet esprit, des appuis à l'évolution de l'offre de formation à la création d'entreprises ont été proposés.

c) Développement de méthodologies de l'A.P.C.

Il s'agit de faire preuve de pragmatisme dans l'élaboration de ces méthodologies, notamment dans la mesure où il est parfois difficile de transposer des techniques de gestion à la situation de la nouvelle entreprise. Le pragmatisme signifie que l'on s'efforcera de s'appuyer sur les points forts de l'entreprise nouvelle et que l'on recherchera l'élimination progressive des points faibles.

²⁰ "Audit des formations à la création d'entreprises"

Rapport de A. GRANDGUILLOT et J. VAN DE WALLE Cabinet Bernard BRUNHES
DEVELOPPEMENT pour le Conseil Régional Nord - Pas de Calais et la Direction Régionale du Travail et de l'Emploi - 16 décembre 1991.

D'autre part, un préalable s'impose dans tout accompagnement : veiller à ce que les obligations comptables, juridiques, fiscales et sociales soient correctement accomplis.

Dans l'accompagnement post création, trois principes essentiels doivent être respectés :

- Une approche globale de la vie de l'entreprise

Les approches parcellaires (exclusivement comptables, ou orientées sur la technique de production par exemple) ont leurs mérites mais ne constituent pas un accompagnement post-crédation pertinent.

Ainsi, on s'intéresse aux points suivants :

- . Planification : Validation de la stratégie
 Elaboration de plans à moyen terme
 Mise en place d'une gestion prévisionnelle.
 - . Contrôle : mise en place de tableaux de bord.
 - . Organisation : si nécessaire.
 - . Circulation d'informations : utilisation notamment de la micro-informatique.
- Une systématisation des modalités d'accompagnement.

(durée, périodicité des rencontres, obligations réciproques...) avec la passation d'un contrat entre la structure pilotant A.P.C. et le chef de la nouvelle entreprise.

La contractualisation s'avère nécessaire pour plusieurs raisons :

- . D'abord, elle permet de mettre en oeuvre un accompagnement efficace et adapté, sans qu'il soit soumis aux aléas de relations interpersonnelles ou à la recherche d'une information.
 - . Ensuite, c'est une prestation globale qui est proposée à une entreprise, qui prend ainsi l'habitude de traiter avec des prestataires de services spécialisés.
 - . Enfin, c'est une formule qui permet éventuellement d'introduire des pénalités, si certains engagements ne sont pas respectés.
- Une évaluation du dispositif d'accompagnement mis en place, afin de vérifier l'adéquation entre les objectifs recherchés par le dispositif et ses résultats.

L'intégration de ces trois principes dans un dispositif d'A.P.C. permet l'adaptation de celui-ci à toutes les situations rencontrées. La mise en oeuvre d'un tel dispositif est le fait d'une structure (avec laquelle le créateur passe contrat), celle-ci pouvant recourir à des intervenants appartenant à son organisation, ou à des professionnels extérieurs, ou à des prestataires bénévoles (conseillers EGEE, étudiants, chefs ou cadres d'entreprises).

Par ailleurs, un organisme professionnel peut très bien piloter (ou co-piloter) un tel programme A.P.C., alliant ainsi "métier" et gestion de l'entreprise.

C) Pour développer la demande d'accompagnement susceptible d'émaner de créateurs, il faut agir dans trois grandes directions :

a) Informer les créateurs potentiels et les nouveaux entrepreneurs.

Cette action passe par des campagnes de communication (ex : Points Chances) relayées par des campagnes régionales ou locales ; également par des informations de publics différenciés ("prescripteurs"...).

b) Convaincre

Il s'agit essentiellement de convaincre les nouveaux entrepreneurs de la nécessité d'un A.P.C. adapté.

Deux moyens peuvent être envisagés :

- Tenter de développer l'action d'organisations visant à "s'imposer" dans de nouvelles entreprises.

- Utiliser un outil d'autodiagnostic permettant à de nouveaux entrepreneurs de :

- . Prendre conscience des problèmes
- . Les aider à les formuler
- . Les aider à les résoudre.

L'outil d'autodiagnostic doit être un outil attractif, convivial, et qui introduise à d'autres types d'interventions personnalisées.

Cet outil, à définir (logiciel et/ou système expert, et/ou multimédias) implanté dans la quasi totalité des structures d'appui à la création de la région, permettrait de surmonter certaines inhibitions d'entrepreneur précédemment signalées, et devrait orienter - à temps les entrepreneurs vers le dispositif A.P.C. adapté.

c) Inciter

Les nouveaux chefs d'entreprise ne seront incités à entrer dans un dispositif A.P.C., que parce qu'ils y trouveront leur intérêt et/ou parce que le dispositif aura été promu.

- Des avantages spécifiques pourraient être envisagés pour des nouvelles entreprises ayant signé un contrat A.P.C. :

- . Coût de l'accompagnement réduit
- . Taux d'intérêts bonifiés
- . Fonds spécifiques d'aide au conseil
- . Accès privilégié à certains marchés.

Ces diverses éventualités demandent à être étudiées, définies, décidées... dans le cadre de la mise en oeuvre d'une politique d'accompagnement.

- Les structures pilotant un programme A.P.C. assureront, bien évidemment la promotion de celui-ci.

D) La mise en oeuvre d'une politique d'accompagnement

Cette mise en oeuvre doit tenir compte bien évidemment de l'existant et des projets intéressant la création d'entreprises et s'inscrire dans un partenariat avec les structures conservées, parfois d'une façon assez lointaine, par ce thème de l'accompagnement. Les programmes qu'il s'agit d'élaborer posent trois grandes séries de questions :

- Quelles catégories de créateurs faut-il accompagner ?

A priori, toutes les catégories de créateurs peuvent être concernées. Cependant, des considérations telles que l'existence de structures pouvant piloter un programme particulier, les attentes et attitudes des créateurs à l'égard des programmes, et les possibilités de financement détermineront des actions davantage orientées vers telles ou telles catégories de créateurs.

- Quel degré de complexité doivent avoir les programmes ?

Tout dépend, à la fois du choix précédent, et du type d'accompagnement. Plus on ira vers l'amont/vers la recherche de candidats à la création qu'on accompagnera jusqu'à la création "réussie"), plus on interviendra dans des projets "lourds" (parce qu'innovants, ou nécessitant des investissements importants...) plus l'accompagnement sera complexe.

En revanche, des modalités d'accompagnement post-crédation, qui ont été expérimentées et qui fonctionnent, présentent dans leur conception et dans leur réalisation beaucoup moins de complexité.

- Comment financer de tels programmes ?

Les sources de financement peuvent être relativement diverses :

- fonds publics (Etat, Région, autres collectivités...)
- participation de la structure pilotant l'opération
- participation des bénéficiaires de l'accompagnement
- interventions éventuelles d'autres structures intéressées par un programme spécifique.

* * *

L'accompagnement des créateurs d'entreprise apparaît comme étant une forme d'action convenant bien à la situation actuelle caractérisée par la diminution du nombre de création d'entreprises. Directement, le renforcement de la pérennité des nouvelles entreprises aura un effet analogue sur le parc d'entreprises à celui d'un taux de disparition élevé s'appliquent à un plus grand nombre de créations.

Indirectement, l'accompagnement peut attirer des candidats vers la création, par l'effet d'exemplarité de la réussite, par la sécurité dans la démarche... et par des programmes bien conçus et bien adaptés.

Les grands axes de la stratégie en faveur de la création d'entreprises dans le Nord - Pas de Calais viennent d'être présentés ainsi que les orientations en matière de politiques correspondantes.

Quant aux programmes, ils sont en cours de mise en oeuvre (par exemple ceux concernant le système éducatif) ou en cours d'étude de financement (par exemple le "Numéro Vert Création d'Entreprise") ou en préparation (les programmes d'accompagnement de créateurs d'entreprise).

Les interrelations entre ces diverses politiques apparaissent bien : on ne peut développer une politique d'accompagnement qu'avec des réseaux d'appui renforcés, par exemple ; mais la mise en oeuvre d'une telle politique d'accompagnement est également l'occasion d'une action de renforcement des réseaux.

La stratégie en faveur de la création peut se résumer ainsi : l'environnement entrepreneurial doit "produire" des créations d'entreprises, l'accompagnement intervenant à la fois dans cette production et dans la pérennité des entreprises créées et le développement de certaines d'entre elles.

CONCLUSION

"To study the "entrepreneur" is to study the central figure in modern economy history and, to my way of thinking, the central figure in economics".

Deux grandes catégories d'éléments, peuvent justifier cette prise de position d'Arthur Cole¹ : d'une part, la relation que l'on peut établir entre l'entrepreneuriat et le développement ; d'autre part, la relative indépendance du concept d'entrepreneur et de celui de système économique.

1 - Entrepreneuriat et développement :

François Perroux définit le développement comme la "combinaison des changements mentaux et sociaux d'une population qui la rendent apte à faire croître, cumulativement et durablement, un produit réel global".²

Deux aspects apparaissent dans cette définition : celui de la croissance économique, et celui de l'expression des valeurs d'une collectivité. L'entrepreneuriat intervient dans ces deux aspects.

A - L'entrepreneuriat est un facteur de croissance économique.

Il ne s'agit pas ici de s'interroger sur la validité de l'analyse macro-économique des facteurs de production, où, à côté des deux ou trois facteurs traditionnellement considérés (terre ou nature, travail, capital) est pris en compte dans certaines fonctions de productions, un facteur résiduel rassemblant des éléments qualitatifs, par définition difficilement quantifiables. Notons toutefois qu'Alfred Marshall avait proposé l'existence d'un quatrième facteur de production, le facteur "organisation"; pour lui, le prix de ce facteur, qui s'établissait selon la loi de l'offre et de la demande, était le profit, revenu attaché à la "capacité pour l'organisation des affaires". Même si ce dernier point est tout à fait contestable, la vision de Marshall anticipe celle de Liebenstein, par exemple,³ pour qui la fonction de production n'est ni clairement définie, ni complètement connue et l'entrepreneur est probablement le principal acteur dans un processus de croissance, lorsqu'il assume ses fonctions de "gap filler" et d'"input completer".

Il faut élargir et compléter l'analyse de Liebenstein. L'entrepreneuriat est un facteur de croissance économique parce que l'offre des nouvelles entreprises y contribue directement et indirectement ; d'autre part, les entrepreneurs exploitent des opportunités qui sans leur décision ne l'auraient pas été et, ce faisant, ils sont à l'origine d'autres opportunités.

Nous avons étudié (chapitre X) les relations entre la création d'entreprises et la compétitivité de l'économie. Les nouvelles entreprises participent au renouvellement du tissu productif et même si un maintien global du nombre d'entreprises n'assure pas obligatoirement ni une offre équivalente, ni une offre suffisante, celle-ci aurait été encore plus faible sans entreprises nouvelles.

¹ Citée par PF. Bell "The Direction of Entrepreneurial Explorations" A Review article - Explorations in Entrepreneurial History Vol. 5 n° 1 - 1967

² François Perroux "l'économie du XXe siècle PUF 1965. p. 155.

³ "Entrepreneurship and development. AER may 1968 pp.72-83

Sur un plan qualitatif, des nouvelles entreprises innovent, s'attaquent à de nouveaux marchés et sont davantage flexibles à la fois dans leur adaptation au marché et dans leur processus de production.

D'autre part, les nouvelles entreprises stimulent, par la concurrence et l'exemplarité, les firmes existantes. Celles-ci sont également confortées par la complémentarité pouvant s'établir entre entreprises existantes et entreprises nouvelles (réseaux d'entreprises et partenariat industriel, essaimage).

De par leur existence donc, les nouvelles entreprises apportent une offre nouvelle et/ou supplémentaire, se substituant le cas échéant à celle des firmes existantes, tout ceci concourant au maintien et/ou à l'augmentation de la production globale.

Le second volet de la participation des nouvelles entreprises à la croissance économique est relatif à l'exploitation des opportunités. Celle-ci peut-être envisagée sous un double aspect, statique et dynamique.

Du point de vue statique, il faut insister sur le fait que l'entrepreneur est irremplaçable dans la décision de création par la mise en oeuvre d'une opportunité et dans la direction de la nouvelle entreprise (chapitre VI).

Ce sont les caractéristiques de "gap-filler" et "input-completer" proposées par Leibenstein que nous retrouvons ici.

L'exploitation des opportunités par des nouvelles entreprises peut être représentée par le schéma suivant :

opportunités



* Inadéquation offre/demande
impossibilité d'établir un catalogue
exhaustif d'opportunités.
(Chapitre I)

* Les firmes existantes ne peuvent
exploiter qu'une partie des opportunités
(Chapitre II)

* Des barrières à l'entrée plus ou
moins élevées s'élèvent à l'entrée
des secteurs.
(Chapitre III)

* Des opportunités peuvent être
exploitées par de nouvelles
entreprises.
(Chapitre IV)

* On peut observer (dans certaines
limites) les entrées dans les
secteurs.
(Chapitre V)

(Ce schéma, qui s'efforce de visualiser notre démarche, ne fait référence bien évidemment, à aucune proportionnalité des éléments représentés.)

Les opportunités qui sont exploitées par des entrepreneurs ne l'auraient pas été sans eux. En effet, de toute la masse des opportunités susceptibles d'être exploitées par les entreprises existantes, seule une partie parviendra à une offre mise sur le marché. Mais comme le processus de traitement d'informations dans les entreprises fonctionne d'une manière plus ou moins subjective, aléatoire, désordonnée, discontinue, des opportunités peuvent donc être perçues par des entrepreneurs potentiels.

Ceux-ci ont-ils l'exclusivité de leur exploitation ? Nous le pensons.

- Une information ne devient opportunité que lorsqu'elle est appropriée comme telle. Donc, les opportunités perçues par des créateurs potentiels - sauf à ce qu'elles le soient simultanément par des firmes existantes compte tenu du caractère ubiquitaire de l'information - ne peuvent être exploitées que par eux.

- Les opportunités perçues par des firmes existantes et non exploitées par elles pourront l'être par des créateurs potentiels. Il peut y avoir abandon (parfois temporaire) d'une opportunité par une firme existante et donc disponibilité pour un nouvel entrepreneur ; il peut y avoir transfert volontaire vers une nouvelle entreprise, par exemple avec l'essaimage.

- Les entrepreneurs potentiels disposent d'un certain nombre d'atouts pour exploiter des opportunités (parfois en concurrence avec des firmes existantes).

Au total, si l'on soustrait de la masse des opportunités perceptibles à un moment donné (ensemble aux contours flous et tendant vers l'infini) les opportunités qui ne sont pas exploitées à ce même moment par les firmes existantes, on obtient une masse d'opportunités ne pouvant être, à ce moment là, exploitées que par des entrepreneurs potentiels.

D'un point de vue dynamique, l'exploitation d'opportunités, par de nouvelles entreprises entraîne l'apparition de nouvelles opportunités, dont l'exploitation amènera à son tour l'émergence de nouvelles opportunités...

Les nouvelles entreprises sont parties prenantes du multiplicateur d'opportunités (Chapitre I) au bénéfice éventuel d'autres nouvelles entreprises.

B - L'entrepreneuralité et les changements mentaux et sociaux d'une population.

La croissance économique, à laquelle participe l'entrepreneuralité, est la condition de changement social sans qu'il y ait, selon H. Mendras ⁴, de relation de causalité : "Le plus souvent, l'évolution économique ne fait que créer des conditions nouvelles, ouvrir des possibilités variées dont certaines se traduiront dans les structures et dans les moeurs et d'autres non. "D'autre part, des conditions économiques nouvelles peuvent avoir des répercussions indirectes et à long terme sur des structures sociales. JD. Reynaud fait l'hypothèse que l'enrichissement est la cause principale de transformation du rapport d'autorité, parce que chacun est dans une position où il ne lui est plus impossible de dire non : "Est-il déraisonnable de lier ce desserrement des contraintes économiques à celui des contrôles sociaux ? (...) Il n'est pas difficile de comprendre pourquoi quand il le peut, un

⁴ Henri Mendras "Le social entraîne-t-il désormais l'économique ?" Futuribles Décembre 1986 - pp. 39-56

individu conteste des inégalités qui le dévalorisent, les supériorités de ressources et le prestige auxquelles il se heurte, l'autorité qui le commande. Il suffit donc pour expliquer ce mouvement, de constater que l'individu en a maintenant le pouvoir."^{4 bis}

Cette transformation du rapport d'autorité est vraisemblablement un des éléments explicatif de l'évolution des valeurs associées à l'entrepreneuriat (Chapitre VIII) : recherche de l'épanouissement personnel sous toutes ses formes, qui fait de l'individu le pivot autour duquel se structurent à la fois, les systèmes de valeurs, les référents culturels et les nouveaux comportements.

Nous sommes face à un double mouvement :

- La croissance économique, condition du changement social, permet notamment le fait que chercher à s'exprimer et à s'épanouir devient une motivation dominante.

- La dynamique sociale entraîne un mouvement économique : il y a apparition d'un contexte favorable à l'initiative entrepreneuriale, d'autant plus que parallèlement, régresse fortement l'adhésion aux grands systèmes structurés, qui ne laissent place ni à l'épanouissement de l'individu, ni à la responsabilité personnelle.

Encore faut-il que les initiatives entrepreneuriales se concrétisent. Nous avons noté que l'individualisation des comportements est à la fois synonyme d'opportunités d'accomplissement personnel, d'avancées sociales, mais aussi de risques de repli sur soi et d'atteintes à la cohésion sociale.

X

X X

Après avoir montré que l'entrepreneuriat intervenait dans le développement, il faut évoquer très brièvement les problèmes qui peuvent se poser

Le premier problème se formule ainsi : toutes les opportunités sont-elles bonnes à exploiter ? Les critiques s'adressent à des activités fort rentables : gadgets vendus à prix élevés, articles griffés vendus également à prix élevés, presse pornographique, messageries de rencontres...

La réponse à cette catégorie de problèmes est double :

- D'une part, l'offre correspond à une demande. Si celle-ci est insuffisante, l'offre incriminée est modifiée ou disparaît.

- D'autre part, les entrepreneurs peuvent avoir un "regard éthique", c'est-à-dire "considérer de front la nature problématique du rapport efficacité-légitimité" dans les décisions qu'ils prennent⁵ et avec toutes les difficultés liées à la morale des affaires.

Le second problème est relatif aux conséquences de l'exploitation d'opportunités sur des rapports économiques et sociaux existants. Il peut s'agir de concurrence et d'élimination d'autres entreprises, d'innovations et de suppression d'emplois...

La réponse très immédiate peut être d'inspiration corporatiste et dans ce cas, la puissance publique empêche ou limite l'apparition de nouvelles activités. La seconde réponse consiste

^{4 bis} cité par H. Mendras op. cit.

⁵ J.G. Padioleau "L'éthique est elle un outil de gestion ?" RFG juin-juillet-août 1989. pp. 82-91

pour les agents concernés à intégrer ces mutations socio-économiques et à réagir en termes de reconversion, adaptation, diversification...

La croissance économique pose des problèmes de nuisances (prélèvement sur la nature, destruction des sites, pollution de l'air et de l'eau...) de coût social (temps de travail et pénibilité de celui-ci) et de dégradation des conditions de vie (urbanisation, conditions d'habitat, déplacements professionnels...). Une croissance économique indéfinie est-elle envisageable ?

Les travaux liés au concept de "développement soutenable" apportent des éléments de réponse tout à fait pertinents. Ces travaux prennent en compte à la fois la conservation des ressources vivantes, la préservation de la diversité génétique et le maintien des équilibres écologiques essentiels, mais également la lutte contre la pauvreté, l'autosuffisance alimentaire, les solutions à apporter aux problèmes sanitaires... dans une optique de long terme ⁶.

Notons que développement durable et entrepreneurialité sont liés à un double titre.

- Une critique très forte de la croissance économique (par exemple, le phénomène de la fin des années soixante) peut signifier l'absence de permanence du développement, évoquer à la limite un certain nihilisme et au total, jouer défavorablement sur l'entrepreneurialité.

- La mise en oeuvre du développement durable défini ci-dessus est source d'opportunités et doit donc avoir des effets favorables sur l'entrepreneurialité.

2 - Entrepreneurialité et système économique.

Jean Baptiste Say avait fait la distinction entre entrepreneur et capitaliste (Introduction). Le système capitaliste se caractérise par deux éléments constitutifs : la propriété privée des moyens de production et le rôle central des marchés dans la détermination des prix. La totalité des entrepreneurs, à l'époque contemporaine, n'est pas attachée à la propriété complète des moyens de production ; nous avons distingué une catégorie d'entrepreneurs-manageurs dans notre typologie (Chapitre VI).

Même si les tenants du système capitaliste ont justifié celui-ci notamment par la possibilité de créations d'entreprises, il ne peut y avoir assimilation entre exercice des fonctions entrepreneuriales et système capitaliste.

Un système économique dans lequel il existe la liberté d'entreprendre, fonctionnent des marchés où la culture autorise la prise d'initiatives, est un système dans lequel fonctionne notre concept d'entrepreneur.

La liberté d'entreprendre est la première condition, évidente certes, mais qu'il faut rappeler. Il est souhaitable que cette liberté ne soit pas seulement formelle et que les éventuelles restrictions s'appliquant à cette liberté ne soient fondées ni sur des règles d'accès malthusiennes et difficilement justifiables, ni sur l'arbitraire et l'exercice d'un pouvoir discrétionnaire.

L'entrepreneur connecte différents marchés. La nouvelle entreprise, comme toutes les entreprises, est située entre des ressources, en amont, et un marché de biens et services sur lequel elle opère, en aval (Chapitre IX). Les ressources nécessaires doivent exister en

⁶ Fabrice Hatem. "Le concept de développement soutenable" Economie Prospective Internationale 4eme trimestre 1990. pp. 101-117

quantité suffisante et il faut qu'elles soient disponibles et accessibles pour le candidat entrepreneur, même si celui-ci est "input complet", dans la mesure où certains inputs ne sont pas disponibles sur le marché (ou sont très difficilement accessibles) et constituent l'ensemble des éléments des fonctions entrepreneuriales. Leibenstein ⁷ note que beaucoup de ces derniers ne peuvent faire l'objet d'un service spécifique : la recherche d'opportunités peut éventuellement être négociée mais pas la prise de risque, ni les capacités managériales de l'entrepreneur ou ses motivations. Pour la nouvelle entreprise, accéder au marché signifie qu'elle puisse être en mesure de proposer ses produits ou services à ses clients potentiels et qu'elle puisse surmonter les difficultés d'accès au marché (Chapitre III).

Enfin, une culture permettant la manifestation de l'esprit d'entreprise, est la dernière condition que doit remplir un système économique pour que puissent opérer des entrepreneurs. L'esprit d'entreprise est la canalisation, vers l'acte d'entreprendre, des capacités, des qualités, des motivations existantes chez un individu et qui l'amènent à devenir entrepreneur (Chapitre VIII). L'esprit d'entreprise est le résultat, au niveau individuel, des influences s'exerçant sur deux plans : la formation d'une attitude entrepreneuriale et l'acquisition d'un rôle d'entrepreneur. Ces influences nous ont fait rapporter qu' "entrepreneurs are made, not born". Produit d'une culture, l'entrepreneur assume ses fonctions en cohérence avec les valeurs culturelles du système économique dans lequel il se trouve. Prenons l'exemple de l'Afrique : "La réussite de la plupart des micro-entreprises du secteur informel, pourtant aux prises avec un environnement hostile et privées de toute aide de l'Etat s'explique avant tout par leur aptitude à concilier les valeurs sociales et culturelles de l'Afrique avec la nécessaire efficacité économique. (...). La valeur d'un acte économique se mesure au renforcement des liens qu'il entraîne au sein du groupe".⁸

" Dans le type de développement correspondant aux données culturelles africaines, "que l'on appelle communément "développement informel" ou "développement endogène", les règles européennes de fonctionnement des entreprises, et de l'économie en général, sont naturellement transgressées. (...) C'est pourtant grâce aux pratiques de ce type, d'ailleurs très cohérentes en elle-même suivant une logique africaine, que de nombreuses régions d'Afrique subsistent".⁹

Autre exemple, celui de la transition vers le marché des économies des pays du Centre et de l'Est de l'Europe qui soulève deux questions importantes :

- "La transformation des entreprises socialistes à travers la redistribution des droits de propriété.

- L'émergence d'un entrepreneurship capable de gérer les entreprises privatisées dans un environnement économique profondément modifié.

(...) La mobilisation des capacités managériales et entrepreneuriales constitue un défi pour ces pays : elle est, en effet, la condition sine qua non du succès des réformes pour gérer les unités décentralisées et en concurrence entre elles..."¹⁰.

Cette nécessité de l'émergence d'entrepreneurs rencontre un obstacle de taille : "L'absence d'esprit d'entreprise dans ces pays(...). C'est le centre qui a toujours décidé de l'entrée et de la sortie, généralement sans tenir compte de l'aptitude à prendre des risques, de l'esprit d'économie et de la volonté de s'enrichir des membres de la collectivité.(...). Si l'Etat devait

⁷ "Entrepreneurship and development". op. cit.

⁸ Mamadou Dia cité par E. Fottorino "Afrique : recoudre le ciel et la terre". Le monde 14 janvier 1992 p.19

⁹ G. Egnell "L'Afrique a-t-elle un avenir industriel ?" Politique Industrielle - Hiver 1989 pp. 67-77

¹⁰ Xavier Richet "Transition et ajustement structurel dans les économies des pays de l'Est".

Chroniques de la SEDEIS - 15 mai 1990 pp. 157-161

renoncer rapidement à prendre des décisions micro-économiques, qui le remplacerait ? De plus, ceux qui aspirent à gérer et à créer des entreprises parviennent-ils à gérer et à préserver les actifs ?"¹¹.

Enfin, ceux qui décident de devenir entrepreneurs se heurtent aux habitudes et attitudes du passé : lenteur des services bancaires, comportement des fonctionnaires freinant l'activité des nouvelles entreprises, difficultés de recruter des collaborateurs productifs et efficaces... "Les gens ont pris l'habitude de discuter et pas de travailler... ils ont été complètement déformés par le communisme".¹²

La présentation de ces deux exemples fait apparaître l'inter-relation entre les trois conditions que doit assurer un système économique pour que puisse s'exprimer l'entrepreneur : liberté d'entreprendre, existence de marchés et culture orientée vers l'esprit d'entreprise." Le marché n'est pas seulement un mécanisme, mais aussi un ensemble d'institutions spécifiques qui permettent à ces mécanismes de se développer et de fonctionner efficacement (ensemble d'institutions, de règles et de comportements devant assurer, de manière décentralisée, la coordination des activités)"¹³.

La liberté d'entreprendre est vaine s'il y a absence d'esprit d'entreprise. Il faut qu'il y ait congruence entre le système de valeurs et le mode de fonctionnement des entreprises.

L'entrepreneuriat - on le voit bien à travers les deux exemples ci-dessus - est un phénomène nécessaire pour que puisse fonctionner un système économique décentralisé.

Cet impératif peut amener à agir en faveur de la création d'entreprises. Insistons sur le respect des principes et modalités d'action que nous avons énoncés (Partie III) pour atteindre les objectifs recherchés.

X

X X

Tout au long de notre thèse, nous avons soulevé de nombreuses questions auxquelles nous nous sommes efforcé d'apporter des réponses satisfaisantes.

"Toutes ces questions se ramènent peut être à une seule : entreprendre n'est ce pas la façon de donner un sens à sa vie, à la vie, à l'histoire des hommes ?"¹⁴ .

¹¹ JM Van Brabant "Problèmes Généraux de la privatisation des actifs de l'état en Europe Centrale et Orientale" Problèmes Economiques -18 septembre 1991 - pp.1-6

¹² Propos cités par E. Izraelewicz "Miroslav Jungr, capitaliste pragois" Le Monde - 11 octobre 1991 p.31

¹³ X. Richet op. cit.

¹⁴ JC Fauvet - JR Fourtou "La passion d'entreprendre" Les éditions d'organisation - 1985 - p.15

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages Cités

- ALBERT Ph - GRANDGUILLOT A. - RAMUS V. - SALMON P.
 "Les pépinières d'entreprises" - *A. N. C. E.* - Paris 1989
- ALQUIER C.
 "Economie Politique" - *Economia* - Paris 1981
- A.N.C.E.
 "Aspects de la démographie des entreprises" - Paris 1984
- A.N.C.E.
 "Les incubations du Nord-Est des Etats-Unis" - Paris 1986
- ANSOFF I.H.
 "Stratégie du développement de l'entreprise" - *Editions Hommes et Techniques* - Paris 1968
- ARENA R. - BENZANI L. - de BANDT J. - ROMANI P.M. (sous la direction de)
 "Traité d'Economie Industrielle" - *Economica* - Paris 1988
- AROCENA J. - BERNOUX P. - MINGUET G. - PAUL-CAVALLIER M. -RICHARD P.
 "La création d'entreprises, un enjeu local" - *La Documentation Française* - Paris 1983
- AYDALOT P.
 "Economie régionale et urbaine" - *Economica* - Paris 1985
- AZOUAOU A. - MAGNAVAL R.
 "Silicon Valley, un marché aux puces" - *Ramsay* - Paris 1986
- BAIN J.S.
 "Barriers to new competition" - *Havard University Press* - Cambridge 1956
- BANON G; - HUGUENIN D.
 "Entreprendre pour quoi faire ?" - *Denoël* - Paris 1972
- BARRE R.
 "Economie Politique" - *P.U.F.* - Paris 1969
- BARTOLI H.
 "Economie et création collective" - *Economica* - Paris 1977
- BASSAN J.
 "Les nouveaux patrons" - *Fayard* - Paris 1969
- BATTINI P. - COPPIN G. - RANGEL P. J.
 "Le guide pratique du capital-risque" - *Inter Editions* - Paris 1988
- BAUDRILLARD J.
 "La société de consommation" - *S. G. P. P.* - Paris 1970
- BEAUNEZ R. - PIETRI J.
 "Les communes et l'emploi - Les initiatives municipales, les moyens d'une politique locale" - *Les Editions Ouvrières* - Paris 1982
- BENOUN M. - SENICOURT P.
 "Approche théorique et pratique du financement des entreprises naissantes" - *Cahier d'Etude n° 7503* - CREFI - Université Paris IX Dauphine 1973
- BERTHERAT J.
 "L'essaimage : Levier de la création d'entreprise" - *La Documentation Française* - Paris 1989
- BIENAYMÉ A.
 "La croissance des entreprises" - *Bordas* - Paris 1975

- BIJON C.
"Pratique des stratégies de l'entreprise" - *Editions Hommes et Techniques* - Paris 1974
- BIJON C.
"Les stratégies de rupture créatrices de marchés" - *Editions du Seuil* - Paris 1991
- BIRCH D.
"Job creation in America" - *The Free Press* - New York 1987
- BLETON P.
"Mont de l'entreprise" - *R. Laffont* - Paris 1967
- de BOISSIEU C
"Principes de politique économique" - *Economica* - Paris 1980
- BONVAIST J. M. - BOIN J. G.
"Les jeunes éditeurs" - *La Documentation Française* - Paris 1955
- BORLAND C. M.
"Locus of control, need for achievement and entrepreneurship" - *University of Texas* - Austin 1974
- BOSWELL J.
"The rise and decline of small firms" - *George Allen and Unwin* - London 1973
- BOULDING K. E.
"The image" - *Ann Arbor - The University of Michigan Press* - 1956
- BRAUDEL F.
"La dynamique du capitalisme" - *Arthaud* - Paris 1985
- BREUIL A.
"Image de marque et notoriété" - *Dunod* - Paris 1972
- BRUCE R.
"The Entrepreneurs" - *Libertarian Books* - Bedford 1976
- BRUN F. - MOURIAUX M. F. - SCHMIDT N.
"Créations d'entreprises : le cas de la Picardie. Pour un recentrage de la notion de création" - *Centre d'Etudes de l'Emploi* - Paris 1990
- BRUYAT C. - CARNET G.
"Les créateurs d'entreprises industrielles" - *Etude CEFAGI - I.A.E.* - Grenoble 1976
- BURGELMAN R. A. - SAYLES L. R.
"Les intrapreneurs" - *Mc Graw Hill* - Paris 1987
- CAHIER M.
"Les impatientes ou la folie de créer" - *R. Laffont* - Paris 1980
- CAILLOT J. C.
"Dix portraits de créateurs d'entreprise" - *Chotard & Associés* - Paris 1980
- CAPET M. - HOLACK J.
"Gestion de l'entreprise sous-traitante" - *Economica* - Paris 1978
- CASPAR P. - GRINDA J. R. - VIALLET F.
"Créez vous-même votre entreprise" - *Les Editions d'organisation* - Paris 1977
- CATHELAT B.
"Styles de vie : Cartes et portraits" - *Editions d'organisation* Paris 1985
- CAZES B.
"La vie économique" - *A. Colin* - Paris 1965
- C. E. E.
"Une stratégie locale pour l'emploi" - *Actes du Colloque du Ministère de l'Emploi 2.3.4. Fév 1983* - *Editions du Centre d'Etudes de l'Emploi* - Paris Fév. 1983

CEGOS

"Silicon Valley. Les ressorts de l'avance californienne" - *Editions Hommes et Techniques* - Paris 1984

CENTRE DE PROSPECTIVE ET D'EVALUATION

"Qu'est-ce qu'entreprendre ?" - *Ministère de l'Industrie et de la Recherche* - Paris 1983

CENTRE DE PROSPECTIVE ET D'EVALUATION

"Rapport sur l'état de la technique" - *Sciences et Techniques* - Mars 1985

C. E. P. M. E.

"Les jeunes entreprises industrielles : conditions de démarrage et facteurs de réussite" - Paris 1987

C. E. P. M. E.

"Les causes de défaillance des entreprises industrielles" - Paris 1986

C. F. D. T.

"La nouvelle demande" - *Montholon Services* - Paris 1988

CHADEAU E.

"L'Economie du risque. Les entrepreneurs 1850-1980" - *Olivier Orban* - Paris 1988

CHALVIN D.

"Autodiagnostic des dirigeants" - *Editions Hommes et Techniques* - Paris 1971

CHATAIGNIER A. - LE FILLEUL M. F. - FABIAN M.

"Portraits de SCOP" - *Editions Syros* - Paris 1984

CHAVANNES G.

"L'innovation et le développement régional" - *Rapport au Conseil Economique et Social* - Paris mai 1982

CHOLLET B.G. - SIBILLE P.

"De l'étude de marché à l'action commerciale" - *A.N.C.E.* - Paris 1987

COCHRAN P. C.

"Role and Sanction in American Entrepreneurial History" - in "Change and the Entrepreneur" - *Harvard University Press* - 1942

COLE A. H.

"Business enterprise in its social setting" - *Harvard University Press* - 1959

COLLINS O. F. - MOORE D. G.

"The Enterprising Man" - *Michigan State University Press* - 1964

CONSEIL DE L'EUROPE

"Le rôle des collectivités locales en faveur de la création et des activités des petites et moyennes entreprises dans une politique générale de développement endogène" - Strasbourg 1986

COTTA A.

"Les choix économiques de la grande entreprise" - *Dunod* - Paris 1968

CRENER M. - MONTEIL P.

"Principes de Management" - *Presses de l'Université du Québec* - 1971

DAUPHINE A.

"Espace, Région et Système" - *Economia* - Paris 1979

DEBOURSE J. P.

"La firme créatrice. La création et la diffusion de l'innovation" - *Thèse* - Lille Septembre 1970

DEBOURSE J. P.

"L'essaimage et la stratégie de création" - *Note* - Lille 1986

DECLERCK R. P. - DEBOURSE J. P. - NAVARRE C.

"Méthode de direction générale" - *Editions Hommes et Techniques* - Paris 1983

DELANNOY M. F.
"Des incidences du chômage sur la création d'entreprises" - *Mémoire de Maîtrise. Novembre 1987 - UFR de Sciences Economiques et Sociales - U.S.T. Lille I*

DERIAN J.C. - LIAUTAUD B.
"Le rôle des Etats dans le développement des industries de pointe" - *Note de la Mission Scientifique de l'Ambassade de France - Washington 1986*

DEROSSI F.
"L'entrepreneur mexicain" - *Centre de Développement de l'O.C.D.E. - 1971*

DESMOUTIER H.
"Contribution à l'étude des entreprises de haute technologie" - *Thèse - Toulouse 1971*

DOMMERGUES P. (sous la Direction de)
"La Société de partenariat" - *AFNOR. Anthropos - Paris 1988*

DOSSOU F. S.
"Le créateur d'entreprise" - *Centre d'Etudes de l'Emploi - Paris 1984*

DRUCKER P.
"Les Entrepreneurs" - *L'expansion Hachette - Paris 1985*

DUCAILLE A. - COSTA de BEAUREGARD B.
"PMI. Enjeux régionaux et internationaux" - *Economia - Paris 1987*

DURAND D.
"La systémique" - *P.U.F. - Paris 1987*

ECHANGES ET PROJETS
"Le temps des initiatives" - *Albin Michel - Paris 1983*

FAUVET J.C. - FOURTOU J.R.
"La passion d'entreprendre" - *Les Editions d'Organisation - Paris 1985*

FONDATION DES BANQUES POPULAIRES
"Entreprendre et réussir" - *Paris 1986*

de FOUCHIER J.
"La création des entreprises" - *Documents du C.I.E.C. - Paris 1963*

FUSTIER M.
"Imaginer l'entreprise" - *E.M.E. - Paris 1970*

GALBRAITH J. K.
"Le nouvel état industriel" - *Gallimard - Paris 1967*

GATTAZ Y.
"Les hommes en gris" - *Editions R. Laffont - Paris 1970*

GATTAZ Y.
"La fin des patrons" - *R. Laffont - Paris 1980*

GAUDIN J.
"Initiatives locales et création d'emplois" - *La Documentation Française - Paris 1982*

GEFFROY C.
"Analyse économique du fait publicitaire" - *Gauthier Villars - Paris 1970*

GELINIER O.
"Le secret des structures compétitives" - *Editions Hommes et Techniques - Paris 1966*

GELINIER O.
"L'entreprise créatrice" - *Editions Hommes et Techniques - Paris 1972*

GELINIER O. - GAULTIER A.

"L'avenir des entreprises personnelles et familiales" - *Editions Hommes et Techniques* - Paris 1974

GIBRAT F.

"Les inégalités économiques" - *Sirey* - Paris 1931

GILDER G.

"L'esprit d'entreprise" - *Fayard* - Paris 1985

GIRAUD C. H.

"L'importance économique de la marque" - *Gauthier Villars* - Paris 1965

GORRE Ph.

"Le Guide du Créateur d'entreprise" - *Chotard* - Paris 1975

GRANGER B - GUILLON N.

"Le guide du capital risque pour les créateurs" - *Défis A.N.C.E.* - Paris 1988

GREFFE X.

"Territoires en France - Les enjeux économiques de la décentralisation" - *Economica* - Paris 1984

GREFFE X.

"Décentraliser pour l'emploi. Les initiatives locales de développement" - *Economica* - Paris 1988

GUESNIER B.

"La démographie et les créations d'entreprises" - *Institut d'Economie Régionale* - Université de Poitiers 1985

HAGEN E.H.

"On the theory of social change" - *The Dorsey Press* - Homewood, Illinois 1962

HARRIS A. - de SEDOUY A.

"Les patrons" - *Seuil* - Paris 1977

HIRSCHEIMER J.

"The origins of entrepreneurship in Meiji Japan" - *Harvard University Press* - 1964

HOROVITZ J. - XARDEL D.

"Diriger une entreprise moyenne" - *Les Editions d'Organisation* - Paris 1977

HOWARD J. A. - SHETH J. N.

"The Theory of Buyer Behavior" - *J. Willey and Sons* - New York 1969

JAQUEMIN A.

"L'entreprise et son pouvoir de marché" - *P.U.F.* - Paris 1967

JACQUEMIN A.

"Economie industrielle européenne" - *Dunod* - Paris 1975

JENKS L.M.

"Approaches to Entrepreneurial personality" - in "Explorations in Enterprise" - *Harvard University Press* -
1965

JOFFRE P. - KOENIG G

"Stratégie d'entreprise" - *Economica* - Paris 1985

KAPFENER J. N.

"Les chemins de la persuasion" - *Gauthier Villars* - Paris 1978

KOTLER P.

"Marketing Management" - *Publi Union* - Paris 1971

KRIEF B.

"La Liberté d'entreprendre" - R. LAFFONT - Paris 1976

LAMBIN J. J.

"La décision commerciale face à l'incertain" - Dunod - Paris 1965

LAMBIN J. J.

"Le Marketing Stratégique" - Mc Graw Hill - Paris 1986

LATTÈS R.

"Le risque et la fortune" - J. C. Lattès - Paris 1990

de LAVERGNE F.

"Economie Politique des équipements collectifs" - Economica - Paris 1979

LECERF J

"Créer l'emploi: la micro-économie" - Le Hameau Editeur - Paris 1982

LEDUC R.

"Comment lancer un produit nouveau ?" - Dunod - Paris 1972

LE MAROIS H.

"Contribution à la mise en place de dispositifs de soutien aux entrepreneurs" - Thèse - Lille Octobre 1985

LE MOIGNE J. L.

"Les systèmes de décision dans les organisations" - P. U.F. - Paris 1974

LE MOIGNE J. L.

"La modélisation des systèmes complexes " - Bordas - Paris 1990

LILES P. R.

"New Business Ventures and the Entrepreneur" - R. D. Irwin Inc - Homewood 1974

LORENZI J. H. - PASTRE O. - TOLENADO J.

"La crise du XX ème siècle" - Economica - Paris 1980

LORINO P.

"L'économie et le manager" - Editions La Découverte - Paris 1989

MAC CLELLAND D. C.

"The Achieving Society" - Irvington Publications - New York 1961

MAINGUY Y

"La demande et l'offre" - Dunod - Paris 1966

MASLOW A. H.

"Motivation and personality" - Harper and Brothers - New york 1954

MATOUK J.

"La gauche peut sauver l'entreprise" - Editions Ramsay - Paris 1977

MAYER V.B. - GOLDSTEIN S.

"The first two years ! problems of small firm growth and survival" - Small Business Administration - Washington D. C. 1961

MERAUD J.

"L'évolution et les perspectives des besoins des Français et leur mode de satisfaction" - Rapport du Conseil Economique et Social - Juin 1989

MENDRAS H.

"Eléments de sociologie" - *A. Colin* - Paris 1967

MERTON R. K.

"Eléments de théorie et de méthode sociologique" - *Plon* - Paris 1965

MIALARET J.

"Pour Entreprendre" (Rapport de la Commission) - *Ministère de l'Industrie* - Paris 1973

MINC A.

"L'après crise est commencé" - *Gallimard* - Paris 1982

MINISTERE DE L'EMPLOI

"Limagination au quotidien" - *La Documentation Française* - Paris 1983

MONSEN R. J. - SAXBERG B. O - SUTERMEISTER R. A.

"Les motivations sociologiques de l'entrepreneur dans l'entreprise moderne" - in "l'Entreprise et l'économie du XXème siècle" - *P.U.F.* - Paris 1968

MORIN E.

"La méthode. Tome 1. La Nature de la Nature" - *Editions du Seuil* - Paris 1977

MORVAN Y.

"La concentration de l'industrie en France" - *A. Colin* - Paris 1972

MORVAN Y.

"Economie industrielle" - *P.U.F.* - Paris 1976

MOYNOT J. L.

"Technologie et new business aux Etats-Unis" - *G.I.P. Mutations Industrielles* - Paris 1987

MURET J. P. - NEUSCHWANDER C. - SIBILLE H.

"L'économie et les emplois - Nouveau domaine d'action des élus locaux" - *Cidet. Ten. Syros* - Paris 1983

MUSTAR P.

"Annuaire raisonné de la création d'entreprises technologiques par les chercheurs en France" - *Economica* - Paris 1988

NAISBITT J.

"Les dix commandements de l'avenir. Megatrends" - *Editions Primeurs* - Paris 1984

NAYAK P. R. - KETTERINGHAM J. M.

"12 idées de génie auxquelles personne ne croyait" - *Editions First* - Paris 1987

NICOLAÏ A.

"Comportement économique et structures sociales" - *P.U.F.* - Paris 1960

O. C. D. E.

"Créer des emplois au niveau local" - Paris 1985

PAGNY F.

"La stratégie des produits dans l'entreprise" - *E. M. E.* - Paris 1971

PAPIN R.

"Création d'Entreprise" in "Encyclopédie de gestion" T. II pp 640-665 - *Economica* - Paris 1989

PASSET R.

"L'économique et le vivant" - *Payot* - Paris 1979

PATTERSON T.

"Théorie du management" - *Gauthier Villars* - Paris 1969

PERROUX F.

"L'économie du XXème siècle" - *P.U.F.* - Paris 1965

PHILIPP A.

"Histoire des faits économiques et sociaux " - *Aubier Montaigne* - Paris 1963

POURQUERY D.

"Le bazar des nouveautés - *Stock* - Paris 1990

PRIGOGINE I - STENGERS I

"La nouvelle alliance" - *Editions Gallimard* - Paris 1979

QUELENNEC M.

"Les statistiques d'entreprises " - *Collections de l'INSEE. Série E* - 1986

QUIERS VALETTE S

"Un nouveau concept de politique économique : l'incitation" - *Hachette* - Paris 1978

ROBERT J. M.

"L'entreprise en création ou en croissance et l'évolution de ses relations avec les institutions financières" - *Rapport Conseil Economique et Social* - Séances 10-11 janvier 1989

de ROMEFORT A.

"Promouvoir l'emploi. Convivialité et partenariat" - *Editions l'Harmattan* - Paris 1988

de ROSNAY J.

"Le macroscope" - *Editions du Seuil* - Paris 1975

SAVOYE B.

"Petites entreprises de l'artisanat, du commerce et des services" - *INSEE Système Productif n° 48-49* - 1992

SAWYER J. E.

"The Entrepreneur and the social order : France and the United States" in "Men in Business" - *Editions W. Miller* - Harvard University Press 1952

SHAPERO A.

"An action program for entrepreneurship" - *Multidisciplinary Research Inc* - Austin 1971

SCHUMPETER J.

"Théorie de l'évolution économique" - *Librairie Dalloz* - Paris 1935

SCHUMPETER J

"Capitalisme, Socialisme et Démocratie" - *Editions Payot* - Paris 1969

SMITH N. R.

"The entrepreneur and his firm : the relationship between type of man and type of company" - *School of Business Administration* - Michigan State University 1967

THIERRY D. - MAZODIER B.

"La création d'entreprises : réalité et projet" - *Institut d'Etude et de Développement pour l'Education Permanente* - La Souche 1976

VÉRIN H

"Entrepreneurs - Entreprise : Histoire d'une idée" - *P. U. F.* - Paris 1982

VIENNET H

"Créations et reprises d'entreprises en 1985" - *INSEE Résultats* - 1989

VULLIEZ C. - LEMATTRE P.

"L'entreprise face à son environnement" - *Dunod* - Paris 1971

WEBER M.

"L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme" - *Librairie Plon* - Paris 1964

WOODRUFF A. M. - ALEXANDER T. G.

"Success and failure in small manufacturing" - *University of Pittsburgh Press* - 1958

de WOOT Ph.

"Pour une doctrine de l'entreprise" - *Editions du Seuil* - Paris 1968

XARDEL X.

"Marketing direct" in "Encyclopédie de Gestion" P. JOFFRE - Y. SIMON (Tome II pp 1724-1737) - *Economica* - Paris 1989

Articles cités

ALBERT P. - MOUGENOT P.

"La création d'entreprises high tech" - *Revue française de gestion* - Mars-Avril 1988 - pp 106-118

ALEXANDER A.P.

"The supply of industrial entrepreneurship" - *Explorations in Entrepreneurial History* - Vol. 4 n° 2 - 1967 - pp 136-149

ALLA J.

"Age et évolution de l'entreprise" - *Revue Economique* - n° 6 - 1974 - pp 985-1 003

ALTER N.

"Logiques de l'entreprise informationnelle" - *Revue Français de Gestion* - Juin-Juillet-Août 1981 - pp 27-38

AMAR M. - CRÉPON B.

"Les deux visages de la concentration industrielle : efficacité et rente de situation" - *Economie et Statistique* - Février 1990 - pp 5-19

ANASTASSOPOULOS J.P.

"Entreprise publique et entreprise privée : quel rapport et quel modèle pour la France de demain ?" - *Politiques et management public* - Juin 1987

ANDRALL A. - PEARSON P.

"L'innovation à tout prix" - *Harvard L'Expansion* - Printemps 1989 - pp 52-61

ANTOINE J.

"Styles de vie des Français" - *Futuribles* - Janvier 1986 - pp 75-80

AROCENA J.

"Le génie et le carnet d'adresses" - *Autrement* - n° 59 - 1984 - pp 182-187

AYDALOT P.

"Trajectoires technologiques et modèles régionaux d'innovation" - Actes du colloque "Technologies nouvelles et Développement Régional" - *GREMI - Paris* - 1986

BARMA R.

"Silicon Valley : couleur dollar" - *Industries et Techniques* - 20 janvier 1984 - pp 158-164

BARRAUX J.

"Vous avez dit entrepreneur" - *L'entreprise* - Mars 1990 - p 5

BARREAU J. - MOULINE A.

"Télécommunications : La France entre audace et prudence" - *Politique Industrielle* - Printemps 1990 - pp 153-164

BASSANO J.L.

"Etats-Unis : les infrastructures de l'innovation" - *Politique Industrielle* - Automne 1987 - pp 217-222

BAUMOL W.J.

"Entrepreneurship in Economic Theory" *American Economic Review - Papers and Proceedings* - May 1968

BAYEN M.

"Enjeux technologiques : la formation en priorité" - *Futuribles* - Janvier 1984 - pp 49-64

BELL F.P.

"The directions of entrepreneurial explorations - A review article" - *Explorations in Entrepreneurial History* - Vol. 5 n° 1 - 1967

BENGHOZI P.J. - MOIRE C.

"Petit éditeur peut-il devenir grand ?" - *Annales des Mines* - Septembre 1987 - pp 18-27

BENOUN M. - SENICOURT P.

"Pour un système français d'aide à la création d'entreprise" - *Futuribles* - Janvier 1982 - pp 59-79

BENOUN M. - SENICOURT P.

"Création d'entreprises : à la recherche d'une politique" - *Futuribles* - Novembre 1981 - pp 3-19

BIEGALA M.

"L.M.B.O. : mode ou besoin économique ?" - *Politique Industrielle* - Automne 1988 - pp 133-144

BIENAYME A.

"Les processus de croissance des entreprises sont-ils déterminés ou indéterminés ?" - *Revue Economique* - 1973

BOMMELAERE C.

"L'industrie à la conquête des stations-service" - *L'Usine Nouvelle* - 26 avril 1990 - p 90

BOUTILLIER S. - UZINIDIS D.

"L'idéologie de l'entrepreneur" - *La pensée* - Septembre-Octobre - 1987

BRABANT J.C. - CHANUT P.

"Les réseaux créateurs des richesses" - *Annales des Mines* - Juin 1989 - pp 16-27

BRADFORD O. - OSBORNE R.K.

"The entrepreneurship decision and black economic development" - *American Economic Review* - May 1976 - pp 316-319

BROCHIER H.

"La planification devant le problème des besoins" in "Planification et Société" - *Revue Universitaire de Grenoble* - 1974 - pp 225-236

BROCKAUS R.M.

"Recycling the unsuccessful technical entrepreneur" - "Entrepreneurship and Enterprise Development" - *Center for Venture Management* - Milwaukee - 1975 - pp 79-84

BRESSAND A. - NICOLAIDIS K.

"Les services au cœur de l'économie relationnelle" - *Revue d'Economie Industrielle* - 1er trimestre 1988 - pp 141-163

BRUN R.

"Approche systémique, industrie et région" - *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* - n° 1 1985 - pp 119-126

BURGELMAN R.A.

"Stimuler l'innovation grâce aux intrapreneurs" - *Revue Française de Gestion* - Mars-Avril-Mai 1986 - pp 128-139

BURNAM D.M.

"Power is the great motivator" - *Harvard Business Review* - March-April 1976 - pp 100-110

CALORI R.

"Stratégies et succès dans une industrie émergente" - *Revue Française de Gestion* - Juin-Juillet-Août 1984 - pp 47-51

CALORI R. - ATAMER T. - LAURENT P.

"Dynamique des marchés et veille stratégique" - *Revue d'Economie Industrielle* - 4ème trimestre 1988 - pp 55-72

CALORI R. - NOEL R.

"Management stratégique dans les industries émergentes à haute technologie" - *Revue d'Economie Industrielle* - 3ème trimestre 1986 - pp. 15-30

CARAMAYOU J.P.

"Recherche militaire : le mythe des retombées" - *L'Usine Nouvelle* - 12 janvier 1989 - pp 4-9

de CERTAINES J.

"Fièvre technopolitaine et développement local" - *Futuribles* - Février-Mars 1989 - pp 15-32

CHAVANEL R.

"Fin d'un monopole" - *L'Expansion* - 4-17 avril 1986 - pp 87-93

C.N.M.E.

"Cause d'échecs et conditions de succès de la création d'entreprises industrielles" - *Bulletin de la C.N.M.E.* - 3ème trimestre - n° 76 - 1977

COSTA J.S.

"Le rôle des équipements collectifs dans le développement régional" - *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* - n° 1 - 1988 - pp 143-157

COMANOR W.S. - WILSON T.A.

"Advertising market structure and performance" - *R.E.S.* - Vol. XLIX - November 1967 n° 4 - pp 423-444

COMMIOT D.

"Recherche : l'argent est-il bien employé ?" - *L'Usine Nouvelle* - 10 mai 1990 - pp 14-18

COOPER A.C.

"Incubator Organizations and Technical Entrepreneurship" in "Technical Entrepreneurship : symposium" - *Center for Venture Management* - Milwaukee - 1972

CREUSAT J. - RICHARD A.

"Une approche des systèmes industriels régionaux" - *Economie et Statistique* - n° 199-200 - Mai-juin 1987 - pp 65-81

CUNHA A. - RACINE J.B.

"Le rôle des services aux entreprises dans une société post-industrielle" - *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* - n° 5 - 1984 - pp 731-756

DAUBE B.

"Décision et Innovation - *Revue Française de Gestion*" - Juin-Juillet-Août 1984 - pp 17-36

DE BANDT J.

"Approche méso-économique de la dynamique industrielle" - *Revue d'Economie Industrielle* - 3ème trimestre - 1989

DEBARLE A.

"Une société de l'ambivalence" - *Futuribles* - Juillet-Août 1987 - pp 85-101

DERAIN P. - PORTNOFF A. Y.

"Entreprises : la relève par l'innovation" - *Science et Technologie* - Octobre 1988 - pp 14-18

DERIAN J.C.

"La haute technologie américaine : ressorts et stratégies" - *Futuribles* - Juillet-Août 1987 - pp 47-81

DIDIER M.

"Crise et concentration du système productif" - *Economie et statistique* - Mai 1982 - pp 3-12

DOLLÉ C.

"Mais où sont les toilettes ? - *L'Expansion* - 17-30 mai 1990 - pp 144-150

DREULE S.

"Technologies nouvelles, industries de pointe et milieu local : impact sur le développement urbain et les modes de vie" - Actes du Colloque "Technologies Nouvelles et Développement Régional" - GREMI - Paris - Sept. 86

DUBOIS B.

"Le consommateur caméléon" - *Harvard L'Expansion* - Été 1991 - pp 7-15

DUCHESNEAU T.S.

"Barriers to entry and the stability of market structures : a note" - *The Journal of Industrial Economics*; - Vol. XXII - n° 4 - June 1974

DUSSAUGE P.

"Activités dans l'armement et stratégie d'entreprise" - *Défense Nationale* - Mars 1986

ECALLE F.

"La concurrence dans le commerce de détail en France" - *Economie et Précision* - Fascicule 4 - 1986 - pp 4-20

EGNELL G.

"L'Afrique a-t-elle un avenir industriel ?" - *Politique Industrielle* - Hiver 1989 - pp 67-77

ETTINGER J.C.

"Le profil psychologique du créateur d'entreprise" - *Revue Française de Gestion* - Juin-Juillet-Août 1993 - pp 24-30

EVANS G.H.

"A century of entrepreneurship in the United States" in "The Entrepreneur" research Center in Entrepreneurial History - *Harvard university* - 1957

FAYLEY J.

"Follow the Leader" - *INC* - July 1986 - pp 93-95

FERICELLI A.M.

"L'entreprise comme système dynamique ouvert" - *Connaissance Politique* - Février 1983 - pp 50-61

FIZAINE F.

"Analyse statistique de la croissance des entreprises selon l'âge et la taille" - *Revue d'Economie Politique* - juillet-Août 1968

FOTTORINO E.

"Afrique : recoudre le ciel et la terre" - *Le Monde* - 14 janvier 1992 - p 19

FOURTOU J.R.

"Qu'est-ce que la dimension critique ?" - *Politique industrielle* - Hiver 1990 - pp 9-17

GATEL J. - PASSARIS S.

"Le développement local : des territoires, des hommes, des initiatives, le partenariat" - *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* - n° 1 - 1986 - pp 3-8

GELINIER O.

"Le nouveau savoir-investir" - *Politique Industrielle* - Hiver 1987 pp 117-128

GELLY P.

"L'investissement stratégique dans l'entreprise diversifiée" - *Revue Française de Gestion* - Juin-Juillet-Août 1986 - pp 82-91

GIRIN J.

"Quel paradigme pour la recherche en gestion ?" - *Economies et Sociétés* - Octobre-Novembre-Décembre 1981

GLADE W.P.

"Approaches to a theory of entrepreneurial formation" - *Exploration in Entrepreneurial History* - Vol. 4 n° 3 - 1967 - pp 245-259

GOMEZ C.

"Le renouvellement du tissu industriel : le rôle des industries de pointe - 1980 1983" - *Economie et PME* - n° 1 - 1985 - pp 16-23

HAHN F.

"Réflexions sur la main invisible" *Problèmes économiques* - 10 novembre 1982 - pp 16-22

HANAN M.

"Venturing Corporations : think small to stay string" - *Harvard Business Review* - May-June 1976 - pp 139-148

HATEM F.

"Le concept de «développement soutenable»" - *Economie Prospective Internationale* - 4ème trimestre 1990 - pp 101-117

HIGGS R.

"Participation of Blacks and Immigrants in the America merchant class 1890-1910 ; some demographic relations" - *Explorations in Economic History* - 1971 - n° 13

HLAVACEK J.D.

"Toward more successful venture management" - *Journal of marketing* - Vol. 38 - Octobre 1974 - pp 56-60

HLAVACEK J.D. - DOVEY B.H. - BIONDO J.D.

"Tie small business technology to marketing power" - *Harvard Business Review* - January-February 1977 - pp 106-116

HORNADAY J.A. - ABOUD J.

"Characteristics of successful entrepreneurs" - *Personnal Psychology* - n° 2 - Summer 1971

HOUILLON M.

"Le retour des misérables - *Futuribles* - Février 1987 - pp 33-40

HOUTONDJI G.

"Concurrence sectorielle et démographie des firmes industrielles régionales : une étude économétrique sur la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur" - *Revue d'Economie Industrielle* - 3ème trimestre 1988 - pp 58-68

HOUSSEL J.P.

"L'industrialisation spontanée en Europe Occidentale avant et depuis la crise économique" - *Problèmes Economiques* - 3 avril 1985 - pp 24-31

d'IRIBARNE A.

"La population des établissements nouveaux" - *Revue Economique* - Novembre 1967 - pp 975-1 037

d'IRIBARNE A.

"PME, innovations technologiques et compétitivité économique" - *Revue d'Economie Industrielle* - n° 38 - 4ème trimestre 1986 - pp 1-12

JOFFRE P.

"Le rôle de la petite taille ne doit pas être surestimé" - *Revue Française de Gestion* - Janvier-Février 1986 - pp 68-76

JUDET P

"Comment naît un tissu industriel ?" - *Problèmes économiques* - 16 mai 1984 - pp 18-22

KAPFERER J.N.

"Publicité : une révolution des méthodes de travail" - *Revue Française des Gestion* - Septembre-Décembre 1985 - pp 102-111

KETS de VRIES F.R.

"Les problèmes personnels de l'entrepreneur" - *Harvard L'Expansion* - Été 1986 - pp 17-26

KETS de VRIES F.R.

"The entrepreneurial personality : a person at the cross-roads" - *The journal of Management Studies* - February 1977 - pp 34-57

KRUBASIK E.G.

"Coût d'opportunité et risques de développement" - *Harvard L'Expansion* - Été 1989 - pp 70-83

LABAN J.

"Le marketing des nouvelles technologies" - *Revue Française de Gestion* - Janvier-Février 1989 - pp 88-96

LAFONT R.

"Le «vouloir-vivre» et le «pays» in "Le local dans tous ses Etats" - *Autrement n° 47* - Février 1983 - pp 128-132

LARANE A.

"La Défense Nationale, une locomotive ?" - *Industries et Techniques* - 20 avril 1987 - p 37

LAMONT L.M.

"What entrepreneurs learn from experience" - *Journal of small business management* - July 1972 - pp 36-41

LAUFER J.

"Comment on devient entrepreneur" - *Revue Française de Gestion* - Novembre 1975 - pp 11-26

LEBRATY J.

"Evolution de la théorie de l'entreprise" - *Revue Economique* - n° 1 - 1974 - pp 1-29

LECAILLON J.

"L'économie mixte" - *Analyses de la SEDEIS* - Novembre 1989 - pp 259-264

LEIBENSTEIN H

"Entrepreneurship and Development" - *American Economic Review* - May 1968 - pp 72-83

LENGLET F.

"Les technopoles : utopie ou gadget ?" - *Science Vie Economie* - Avril 1990 - pp 51-58

LEO P.Y.

"Approche statistique et régionalisée des choix stratégiques des PMI à partir de l'EAE" - *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* - n° 3 1987 - pp 423-437

LE VAN-LEMESLE L.

"L'éternel retour du nouvel entrepreneur" - *Revue Française de Gestion* - Sept.-Oct. 1988 - pp 134-140

LESCH H.

"L'information stratégique du dirigeant" - *Revue Française de Gestion* - Nov.-Déc. 1983 - pp 14-19

LEVITT Th.

"Innovation Imitation" - *Harvard Business Review* - Septembre-Octobre 1966

LINDA R.

"Concurrence oligopolistique et planification concurrentielle internationale" - *Economie Appliquée - Archives de l'ISEA - Tome XXV* - 1972 - pp 325-476

LOINGER G. - PEYRAHE V.

"Le concept de grappe de technologies appliqué à l'espace économique régional" - Actes du Colloque "Technologies nouvelles et Développement Régional" - GREMI - Paris - 1986

LONGUEVILLE G.

"Jeune marché français de l'intervention en fonds propres : vers une maturité prochaine ?" - Banque - Mars 1989 - pp 275-284

LORINO P.

"Les systèmes socio-économiques : une nouvelle micro-économie ?" - Revue d'Economie Industrielle - 4ème trimestre 1987

MAGGI R.

"Le potentiel innovateur d'un tissu régional" - Revue d'Economie Régionale et Urbaine - n° 2 - 1987 - pp 219-237

MANN H.M.

"Seller concentration, barriers to entry, and rates of return in thirty industries 1950-1960 " - The Review of Economics and Statistics - Vol. XLVIII - 1966 - PP 296-307

MANSFIELD E.

"Entry, Gibrat's Law, Innovation and the growth of firms" - American Economic Review - Décembre 1962 - pp 1 023-1 051

MARBACH C.

"La création d'entreprises technologiques en France" - Annales des Mines - Juillet-Août 1987

MARCO L.

"Pour une démographie industrielle" - Revue Française de Gestion - Septembre-Octobre 1981 - pp 4-9

MARCO L. - RAINELLI M. "La disparition de firmes industrielles en France : un modèle économétrique" - Revue d'Economie Industrielle - 2ème trimestre 1986 - pp 1-13

MARLEIX P.

"Les attentes des consommateurs" - Annales des Mines - Mai 1990 - pp 52-55

MARTI C.

"Les médias tuent" -in "Le Culte de l'Entreprise" - Autrement - Septembre 1988 - pp 28-29

MARUANI L.

"Approche stratégique de la détermination d'un prix" - Revue Française de Gestion- Janvier-Février 1989 - pp 5-16

MASSACRIER G - RIGAUD G.

"Le démarrage d'activités nouvelles : aléas et processus" - Revue Française de Gestion - Mars-Avril-Mai 1984 - pp 5-18

MEHU J.

"Me too or not me too" - RLA - Mai-Juin 1989

MENDRAS H.

"Fluctuations et tendances longues des valeurs et idéologies" - Observations et diagnostics économiques - n° 19 Avril 1987 - pp 247-262

MENDRAS H.

"Le social entraîne-t-il désormais l'économique ?" - Futuribles - Décembre 1986 - pp 39-56

MICHEL D.

"Entreprendre, un sport d'équipe" - L'Entreprise - Juin 1987 - pp 114-120

MILLER R. - COTE M.

"Créez votre Silicon Valley !" - *Harvard L'Expansion* - Printemps 1987 - pp 39-51

MINTZBERG H.

"The manager's job : folklore and facts" - *Harvard Business Review* - July-August 1975

MONTGOMERY D.B.

"New product distribution : an analyse of supermarket buyer decisions" - *Journal of Marketing Research* - Vol. XII - August 1975 - pp 225-264

de MONTMORILLON B.

"La croissance contractuelle" - *Revue Française de Gestion* - Janvier-Février 1989

MORAND J.C.

"Taille et croissance des entreprises" - *Revue d'Economie Politique* - Mars-Avril 1967

MORDCHELLES-REGNIER G.

"Technologies avancées et compétitivité" - *Politique industrielle* - Automne 1986 - pp 103-129

MORVAN Y

"La politique industrielle française depuis la Libération : quarante années d'interventions et d'ambiguïtés" - *Revue d'Economie Industrielle* - 1er trimestre 1983

MURCIER A.

"Les bourgeons de Liverpool" - *L'Expansion* - 1.14 Avril 1988 - pp 64-67

NAFZIGER E. W.

"Entrepreneurship, social mobility, and income redistribution in South India" - *American Economic Review* - Vol. 67 - n° 1 - February 1977 - pp 76-80

NEGRO Y.

"Nouveaux produits : le check-list de l'entrepreneur" - *Revue Française de Gestion* - Septembre-Octobre 1986 - pp 104-115

NOUZILLE V.

"Des entreprises qui naissent mondiales" - *L'Expansion* - 20 décembre 1990/9 janvier 1991 - pp 108-114

ORR D.

"The determinants of entry : a study of the canadin manufacturing industries" - *R.E.S.* - Vol. LVI - 1974 - pp 58-66

PADIOLEAU J.G.

"L'éthique est-elle un outil de gestion ?" - *Reveu Française de Gestion* - Juin-Juillet-Août 1989 - pp 82-91

PALMER M.

"The application of psychological testing to entrepreneurial potential" - *California Management Review* - Vol. 13 - n° 3 - 1971 - pp 32-38

PAPIN R.

"Le créateur d'entreprise et son banquier" - *Revue Française de Gestin* - Janvier-Février 1983 - pp 22-35

PECQUEUR B.

"Tissu économique local et systèmes industriels résiliaires" - *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* - n° 3 - 1987 - pp 369-378

PECQUEUR B.

"Crise économique : crise du discours sur l'espace" - *Economie et Humanisme* - Mai-Juin 1986

PINEAU-VALENCIENNE (Rapport de la Commission)

"Recherche en gestion : bilan et perspectives" - *Revue Française de Gestion* - Janvier-Février 1991 - pp 114-121

PORTER M.

"Consumer Behavior, Retailer Power and Market Performance in consumer goods industries" - *R.E.S.* - Vol. LVI - n° 4 - Nov. 1974 - pp 419-436

QUINN J.B.

"Gérer l'innovation, c'est ordonner le chaos" - *Harvard L'Expansion* - Hiver 85-86 - pp 55-88

RACHLINE F.

"Approches globales et connexions d'entreprises" - *Politique Industrielle* - Automne 1989 - pp 175-184

REICH R.B.

"L'esprit d'initiative ? Non, d'abord l'esprit d'équipe !" - *Harvard L'Expansion* - Printemps 1985 - pp 25-33

REMY B.

"Les Etats Unis aménagent leur territoire" - *Politique Industrielle* - Printemps 1989

RICHET X.

"Transition et ajustement structurel dans les économies des Pays de l'Est" - *Chroniques de la SEDEIS* - 15 mai 1990 - pp 157-161

RICHET X.

"Les politiques technologiques et leur impact" - *Analyses de la SEDEIS* - Mars 1988 - pp 59-65

ROBERT J.

"Paris et le désert français : pour en finir avec un mythe" - *Chronique d'actualité de la SEDEIS* - 15 avril 1987

ROUGE J.F.

"Les gauchistes découvrent l'entreprise" - *L'Expansion* - 18 avril-8 mai 1980 - pp 134-137

ROLAND M.

"Nasa Electronique : histoire vraie d'un naufrage" - *Tertiel* - Février 1987 - pp 36-41

ROUSSEAU X.

"Horizon 1995 : Les objets de la maison du futur" - *Sciences et Techniques* - Septembre 1987 - pp 25-31

RUYSSSEN O.

"Nouveaux services et renouveau des services" - *Revue d'Economie industrielle* - 1er trimestre 1988 - pp 129-140

SAINT-REMOND P.

"Gérer l'innovation pour la favoriser" - *Revue Française de Gestion* - Septembre-Octobre 1985 - pp 155-160

SALOMON J.J.

"Les politiques d'innovation en Europe" - *Futuribles* - Mai 1989 - pp 29-52

SARACHEK B.

"American entrepreneurs and the horatio Alger myth" - *Journal of Economic History* - June 1978 - pp 439-456

SAUVAGE P.

"L'économie alternative" - *Echange et Projets* - n° 57 - Juin 1989 - pp 93-96

SAVALL H. - ZARDET V.

"Où va la recherche en sciences de gestion ?" - *Revue Française de Gestion* - Septembre-Décembre 1985 - pp 242-269

SCHRAGE H.

"The R & D Entrepreneur : profile of success" - *Harvard Business Review* - Novembre-Décembre 1965 - pp 56-69

SENICOURT P.

"Création d'entreprises : l'ère des B.C.B.G." - *Revue Française de Gestion* - Septembre-Décembre 1985 - pp 42-49

SEUVAT J.

"La friche : une chance pour la France" - *Le Monde* - 25 mai 1989 - pp 32.33

SHAW R.W.

"Price leadership and the effect of new entry on the U. K. retail petrol supply market" *The Journal of Industrial Economics* - Vol. XXIII - n° 1 septembre 84 - pp 65-79

SHEPHERD W.G.

"Entry barriers, contestability and predatory pricing" - *Revue d'Economie Industrielle* - 4ème trimestre 1988 - pp 1-20

SIMON H.A. - BONINI C.P.

"The size distribution of business firms" - *American Economic Review* - 1958

SIMONET J.

"Les programmes d'aide à la création d'emplois d'initiative locale" - *Regards sur l'actualité* - n° 110 - Avril 1985

SINGH A. - WITTINGTON A.

"The size and growth of firms" - *Review of Economic Studies* - January 1975

SMOLLEN L.E.

"Risks and rewards in intracorporate entrepreneurship" in "Entrepreneurship and Enterprise Development" - *Center for Venture Management* - Milwaukee - 1975 - pp 550-553

STANWORTH J.K. - CURRAN J.

"Growth and the small firm. An alternative view" - *The Journal of Management Studies* - May 1976 - pp 95-100

STOFFAES C.

"La montée des politiques industrielles" - *Politique Industrielle* - Automne 1985 - pp 45-71

STOKES R.G.

"The Afrikaner industrial entrepreneur and Afrikaner nationalism" - *Economic Development and cultural change* - 1973-1974 - pp 574-579

SUSBASUER J.C.

"The technical entrepreneurship process in Austin, Texas" in "Technical entrepreneurship : a symposium" - *Center for Venture Management* - Milwaukee - 1972

SUPIOT C.

"Influence de l'évolution socio-culturelle sur la prise d'initiative économique" - *Actes du Colloque organisé par les Boutiques de Gestion* - Paris - 10 juin 1988

SUPIOT C.

"Les salariés sous influence" - *Futuribles* - Décembre 87 - pp 37-47

SYKES H.B.

"Stratégies d'investissement : les leçons de l'expérience" - *Harvard L'Expansion* - Printemps 1987 - pp 85-92

TAUBER E.M.

"Discovering new product opportunities with problem inventory analysis" - *Journal of Marketing* - January 1975 - pp 67-70

TEZENAS A.

"Branchez-vous sur le commerce électronique" - *L'Entreprise* - n° 44 - pp 72-77

THORNTON R. - NARDI P.M.

"The dynamics of role acquisition" - *American journal of Sociology* - Vol. 80 - n° 4 January 1975 - pp 870-885

TIRELL P.

"La débrouillardise des jeunes chômeurs" - *Futuribles* - Novembre 1988 - pp 15-24

TORDJMAN A.

"Ça chauffe pour les hypers" - *L'Expansion* - 31 mai /20 juin 1990 - pp 87-93

VALEYRE A.

"La dynamique spatiale des emplois de service liés à la production industrielle" - *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* - n° 4 1985 - pp 703-725

VAN BRABANT J.M.

"Problèmes généraux de la privatisation des actifs de l'Etat en Europe Centrale et Orientale" - *Problèmes Economiques* - 18 septembre 1991 - pp 1-6

VERNETTE E.

"La segmentation par avantages recherchés, outil de stratégie marketing" - *Revue Française de Gestion* - Mars-Avril-Mai 1989 - pp 15-22

VESSILLIER M.

"Portrait-type du créateur de métier en 1987" - *Analyse SEDEIS* - n° 8 - 15 août 1988 - pp 323-330

VICKERY L.

"Recherche et création d'entreprise" in "Entreprendre et innover" - Colloque du 4 décembre 1984 - *Cahiers de la FNEGE*

VIENNET H.

"La création d'entreprises" - *INSEE Première* - n° 167 - Octobre 1991

VIEUX A.S.

"Règlements de comptes dans le ciel américain" - *L'Expansion* - 3-16 juillet 1987 - pp 81-85

VINCENT J.P. - PORTNOFF A.Y.

"Chercheurs et chefs d'entreprise" - *Sciences et Technologie* - Février 1988 - pp 10-15

de VILPIAN A.

"Changement socio-culturel et démocratie" - *Futuribles* - Novembre 1984 - pp 28-43

WAINER M.H. - RUBIN I.M.

"Motivation of Research and Development Entrepreneurs : Determinants of Company success" - *Journal of Applied Psychology* - Vol. 53 - n° 3 - 1969 - pp 178-184

WATTANABE S.

"L'esprit d'entreprise et les petites affaires industrielles au Japon" - *Revue Internationale du Travail* - n° 3 - 1973

WRAPP E.

"Un bon dirigeant ne prend pas de décisions stratégiques" - *Harvard L'Expansion* - Printemps 1985 - pp 33-44

ZOPOUNIDIS C.

"Comment prendre une décision d'investissement en capital-risque ?" - *Revue Française de Gestion* - Mars-Avril-Mai 1987 - pp 16-27

TABLE DES MATIERES

	pages
Introduction	1
I - Entrepreneur et entrepreneurialité	5
II - La création d'entreprises	5
III - La pratique de recherche	7
Partie I : La demande d'entrepreneurialité	10
Sous-partie I : Les opportunités et les créations d'entreprises	11
Chapitre I : L'origine des opportunités	12
Section I : Les modifications de la demande	13
§ 1 : La notion de besoin	14
§ 2 : La satisfaction des besoins	15
§ 3 : L'utilité	16
Section II : L'action des offreurs	18
§ 1 : Les opportunités issues de produits ou services nouveaux	19
A. L'élargissement de l'éventail des opportunités	19
B. L'innovation initiatrice	21
C. L'insertion d'innovations dans des systèmes globaux	22
§ 2 : Les opportunités issues des autres décisions des offreurs	26
A. Les décisions en matière de prix	26
B. Les décisions en matière de distribution	27
C. Les actions promotionnelles et la création d'opportunités	30
Section III : Les décisions de l'Etat	31
§ 1 : Les décisions de l'Etat ayant un effet immédiat et "quasi certain" sur l'apparition d'opportunités	32
A. L'Etat client	32
B. L'Etat intervient sur le niveau de la demande	33
C. L'Etat suscite des demandes spécifiques	34
§ 2 : Les décisions de l'Etat ayant un effet immédiat et relativement incertain dans l'apparition d'opportunités	35
A. L'Etat veut modeler une nouvelle structure d'offre	35
B. L'Etat entrepreneur	38
C. Les décisions de l'Etat influencent les comportements des agents économiques	39

Chapitre II : Les opportunités et les firmes existantes	42
Section I : La décision d'exploitation des opportunités	42
§ 1 : Un préalable : disposer d'opportunités	43
A. Les caractéristiques des opportunités	43
B. Le recueil d'informations	
C. La circulation de l'information	47
§ 2 : L'étude des opportunités	50
A. Le temps	50
B. Le coût	52
C. Le risque	53
D. La rentabilité	55
Section II : La mise en oeuvre de l'opportunité	56
§ 1 : L'analyse des échecs de lancement de nouveaux produits	57
A. L'enquête auprès des entreprises	57
B. Les erreurs de positionnement	58
C. Les facteurs organisationnels	60
§ 2 : Les conditions de succès dans la mise en oeuvre d'opportunités	60
A. Les résultats de la recherche	61
B. L'Entrepreneurialité interne	63
Sous-partie II : Des obstacles à la création d'entreprises	69
Chapitre III : Les barrières à l'entrée dans certains secteurs	70
Section I : Les barrières institutionnelles	71
§ 1 : L'accès est interdit ou quasiment interdit	72
§ 2 : L'accès est réglementé et /ou incertain	73
Section II : Les obstacles sur le plan de la production	74
§ 1 : L'investissement des nouvelles entreprises	74
A - La tentative de définition d'une taille minimale optimale	74
a) L'importance des économies d'échelle	74
b) La définition des seuils de dimension	76
B - Une nouvelle approche de l'analyse micro-économique	80
a) Les bouleversements dans la gestion de l'entreprise	80
b) Une mise en question des outils de gestion et de l'analyse micro-économique	80
§ 2 : Les désavantages absolus de coût et l'effet d'expérience	82
A - Les désavantages absolus de coût	82
B - L'effet d'expérience	83
Section III : Les difficultés d'accès au marché	84
§ 1 - L'implantation commerciale	85

A - La dimension de la nouvelle entreprise	86
B - L'absence de notoriété	87
C - Les conditions d'achat de certains distributeurs	88
§ 2 - L'introduction d'une nouvelle marque	90
§ 4 - L'attitude des concurrents	91
Chapitre IV : L'exploitation des opportunités par des nouvelles entreprises	94
Section I : La définition d'un segment de marché et la proposition d'un produit adapté	95
§ 1 : La prise en considération des avantages recherchés	96
§ 2 : L'utilisation de la segmentation démographique	97
A. Le critère géographique	97
B. La prise en compte des autres critères socio-démographiques	99
§ 3 : L'utilisation de la segmentation psychographique	100
§ 4 : L'utilisation de la segmentation comportementale	101
Section II : L'avantage compétitif de la nouvelle entreprise	102
§ 1 : Les firmes fondées sur une innovation	102
A. Les firmes technologiques	103
B. Les entreprises exploitant une invention	106
C. Les entreprises créées pour la prestation de nouveaux services	107
§ 2 : Les entreprises créées sur la compétence et /ou le talent du (ou des) créateur(s)	110
A. Du créateur de métier au chef d'entreprise	110
B. Les entreprises fondées sur la compétence de leur(s) créateur(s)	112
Section III : La modification, la transposition ou l'adaptation d'un produit existant	115
§ 1 : La modification d'un produit existant	115
A. L'adaptation aux particularités d'un marché	115
B. La différenciation	116
C. La modification innovante	117
§ 2 : La transposition, sur le marché national, de produits commercialisés à l'étranger	118
A. L'importation de produits étrangers	119
B. L'adaptation de produits commercialisés à l'étranger	119
§ 3 : L'adaptation d'un produit existant	121
Section IV : L'utilisation des variables du marketing-mix autres que le produit	122
§ 1 : La politique de prix	123
A. Une politique de prix faible	123
B. Une politique de valorisation des services	
C. La recherche d'une adéquation entre la valeur perçue par la clientèle potentielle et le prix proposé	123
§ 2 : La politique de distribution	125
A. La recherche d'une augmentation de la rentabilité	126
B. La recherche de la diminution de l'investissement lié à l'emplacement commercial	127

Chapitre V : L'entrée dans les différents secteurs d'activité	131
Section I : Des éléments de constat d'une différenciation sectorielle	131
§ 1 : L'analyse de la répartition des créations par activités	131
§ 2 : L'analyse en termes de taux de création par activités.	134
§ 3 : L'analyse de la variation du nombre d'entreprises	136
Section II : La relation entre le cycle de vie du produit et la création d'entreprises	137
§ 1 : Des éléments de constat	137
§ 2 : Le modèle de Leibenstein Bienaymé	138
§ 3 : Le concept d'activité émergente	140
Section III: L'incidence des barrières à l'entrée sur la création d'entreprises dans un secteur d'activité	140
§ 1 : La vérification empirique	141
§ 2 : La modélisation	142
A. La recherche d'une corrélation entre la création d'entreprises et le jeu des barrières à l'entrée	142
B. La recherche d'autres variables explicatives que les barrières à l'entrée	144
Section IV : Les limites de l'analyse sectorielle de la création d'entreprises	146
§ 1 : Qualité des statistiques et pertinence des modèles	147
A. Le problème de la qualité des données statistiques	147
B. La mise en cause de la pertinence des modèles	151
§ 2 : L'inadéquation conditions d'accès-entrées effectives	152
A. La création d'entreprises dans un secteur est le résultat d'un ensemble de décisions individuelles	153
B. Les décisions de création d'entreprises se prennent dans un certain contexte	153
Partie II : L'offre d'entrepreneuralité	155
Sous-partie I : La création de la firme	157
Chapitre VI : L'entrepreneur	157
Section I : Le statut de l'entrepreneur	158
§ 1 : L'élaboration de l'idée de nouvelle entreprise	159
A. L'obtention d'informations	160
B. Le traitement des informations	165
a) Le contexte immédiat	166
b) Les caractéristiques stables de la personnalité	167
§ 2 : La mise en oeuvre de l'opportunité	169
A. L'élaboration du projet de nouvelle entreprise	169
B. La réalisation du projet	175
a) Le mode traumatique	176
b) Le mode d'influence	177
c) Le mode de décision	179
§ 3 : La direction de la nouvelle entreprise	182

Section II : Typologie des entrepreneurs	184
§ 1 : La dichotomie Entrepreneurs "craftsman-opportunistic"	185
A. Les circonstances de la création	185
B. L'organisation de la nouvelle entreprise	185
C. La gestion de la nouvelle entreprise	186
D. Les relations avec l'environnement	187
§ 2 : Les motivations de l'entrepreneur	188
A. Trois catégories de motivations	188
B. L'incidence des motivations	190
§ 3 : La mentalité de l'entrepreneur	192
§ 4 : L'identification à un rôle d'entrepreneur	194
§ 5 : Quatre types d'entrepreneurs	196
Section III : L'équipe d'entrepreneurs	198
§ 1 : La recherche d'une complémentarité de ressources	199
A. L'association chercheur-gestionnaire	199
B. La recherche d'une complémentarité de compétences	200
C. L'association créateur principal-partenaire actif et /ou financier	201
§ 2 : Les autres raisons de constitution d'une équipe d'entrepreneurs	201
A. Les aspects sociaux, fiscaux et légaux de la firme sociétaire	201
B. La constitution d'une équipe, condition de la création d'entreprise	201
C. L'esprit d'entreprise collectif	202
§ 3 : Les conflits dans une équipe d'entrepreneurs	203
A. Conflits et risques	203
B. Des règles pour tendre à éliminer les conflits	204
Chapitre VII : La nouvelle entreprise	206
Section I : Facteurs de succès et d'échecs des nouvelles entreprises	207
§ 1 : Les causes de défaillance des nouvelles entreprises	209
A. Présentation sommaire des études d'entreprises défailantes	209
B. La défaillance des jeunes entreprises, conséquence d'une trop grande fragilité, à la fois interne et externe	212
C. Une incapacité à desserrer les contraintes imposées par les conditions de démarrage	217
§ 2 : Les facteurs de succès des nouvelles entreprises	219
A. L'observation des jeunes entreprises pérennes	219
B. L'approche systémique du processus de démarrage de l'entreprise	221
Section II : La croissance des nouvelles entreprises	222
§ 1 : Taille et croissance	222
§ 2 : Age et croissance	223
§ 3 : Les politiques de croissance des nouvelles entreprises	225
Section III : Typologie des nouvelles entreprises	227
§ 1 : L'entreprise à croissance maîtrisée	232
A. L'ouverture du capital	232
B. Le holding en cascade	234

§ 3 : L'entreprise à croissance refusée	235
§ 4 : L'entreprise artisanale	236
Sous-partie II : L'environnement de l'entrepreneur	238
Chapitre VIII : Attitude entrepreneuriale et acquisition d'un rôle d'entrepreneur	239
Section I : L'attitude entrepreneuriale	240
§ 1 : Le contenu de l'attitude entrepreneuriale	240
A. L'image de l'entreprise et de l'entrepreneur	240
B. Les valeurs culturelles relatives à l'entrepreneuriat	243
§ 2 : La formation de l'attitude entrepreneuriale	247
A. Le processus de formation de l'image et des valeurs chez l'individu	247
B. Individu, groupes et société	249
Section II : L'acquisition du rôle d'entrepreneur	254
§ 1 : Le processus d'acquisition du rôle d'entrepreneur	254
§ 2 : L'expérience acquise dans la gestion d'une petite entreprise	257
Chapitre IX : Disponibilité et accessibilité des ressources et accès au marché	260
Section I : Disponibilité et accessibilité des ressources	261
§ 1 : La disponibilité et l'accessibilité des ressources financières	262
A. Le financement en fonds propres	263
a) La constitution du capital de la nouvelle entreprise	265
b) Les aides publiques et quasi fonds propres	269
B. Le recours au crédit	274
§ 2 : La disponibilité et l'accessibilité des ressources informationnelles	278
A. La recherche d'une idée de nouvelle entreprise	278
a) Les informations à rechercher	279
b) Les méthodes de recherche	280
B. Le montage du projet de nouvelle entreprise	281
C. Le démarrage de la nouvelle entreprise	282
Section II : L'accès au marché	283
§ 1 : Les types de clientèle	284
§ 2 : Les conditions d'accès au marché	285
A. La définition d'une politique commerciale	285
B. L'estimation des coûts de commercialisation et leur financement	287
C. La programmation de l'action commerciale	288
§ 3 : Les relations contractuelles avec d'autres entreprises	289
A. La franchise	289
a) Devenir franchisé : des avantages, mais aussi des pièges à éviter	289
b) Devenir franchiseur : une facilité de croissance qui n'est qu'apparente	290
B. La sous-traitance	291
a) Les types d'entreprises sous-traitantes	291
b) L'accès au marché de la nouvelle entreprise sous-traitante	292
C. Les contrats de coopération	294
a) Le groupement de PME	294

b) La coopération PME/grands groupes	294
Partie III : La création d'entreprises	296
Sous-partie I : Une approche systémique de la création d'entreprises	298
Chapitre X : Les finalités du système de la création d'entreprises	300
Section I : La compétitivité de l'économie	301
§ 1 : Les nouvelles entreprises participent directement - quantitativement et qualitativement- à la compétitivité de l'offre	301
A. Le renouvellement du tissu productif	301
B. Les avantages compétitifs des nouvelles entreprises	303
§ 2 : Les nouvelles entreprises stimulent et confortent les entreprises existantes	307
A. La stimulation par la concurrence et l'exemplarité	307
B. La complémentarité entre entreprises existantes et entreprises nouvelles	310
Section II : Création d'entreprises et création d'emplois	312
§ 1 : Les nouveaux entrepreneurs créent leur propre emploi	314
A. Une augmentation de l'emploi non-salarié	314
B. Une population de non-salariés relativement stable	314
§ 2 : Les nouvelles entreprises sont créatrices d'emplois	315
A. Le flux de création d'emplois par les nouvelles entreprises	315
B. L'emploi dans les entreprises nouvelles	316
Section III : L'aménagement du territoire	318
§ 1 : La nécessaire prise en compte de la création d'entreprises dans l'aménagement du territoire	320
A. La conversion de certaines zones	321
B. Le développement rural	322
C. Les Technopoles	323
Section IV : Création d'entreprises et régulation sociale	323
§ 1 : La diversité des problèmes d'intégration et la variété des modalités de réponse	324
A. La diversité des situations	324
B. La variété des modalités de réponse	325
§ 2 : La mobilité sociale	328
A. Le constat	328
B. L'explication de la mobilité sociale et l'appréciation de la réussite sociale des créateurs d'entreprise	330
Chapitre XI : Le modèle de la création d'entreprises	334
Section I : La composition du système	335
§ 1 : L'aspect structurel	335
A. La limite	335
B. Les éléments qui composent le système	337
C. Les réseaux	337
D. Réseau de communication	337

§ 2 : L'aspect fonctionnel	340
A. Les flux	340
B. Les centres de décision	340
C. Les délais	343
D. Les boucles de rétro-action	345
Section II : La dynamique du système	343
§ 1 : Le fonctionnement	345
§ 2 : Le comportement du système	351
A. La dynamique du maintien	351
B. La dynamique du changement	354
Sous-partie II : L'action en faveur de la création d'entreprises	360
Chapitre XII : Les justifications et les conditions de l'action en faveur de la création d'entreprises	361
Section I : Faut-il agir en faveur de la création d'entreprises ?	362
§ 1 : La relative récence d'un mouvement d'opinion favorable à l'action	362
A. Un fort mouvement éditorial	362
B. Une préoccupation des Pouvoirs Publics	363
C. Un phénomène médiatique	364
D. L'apparition d'organisations	364
§ 2 : Une quasi absence du thème de l'action en faveur de la création d'entreprises dans la pensée économique	365
§ 3 : La spontanéité du phénomène de la création d'entreprises	366
A. La dimension historique du phénomène de la création d'entreprises	366
B. L'exemple de l'Italie	368
§ 4 : Les réticences à l'égard de l'action en faveur de la création d'entreprises	370
A. Les "cinq dangers de l'aide aux créateurs"	370
B. L'action en faveur de la création suscite l'apparition de concurrents parfois déloyaux	371
C. L'action en faveur de la création d'entreprises est vaine	372
§ 5 : Les justifications de l'action en faveur de la création d'entreprises	372
A. Des arguments immédiats et fallacieux	373
B. Une justification globale : le dysfonctionnement du système de la création d'entreprises	373
Section II : Les conditions d'une action en faveur de la création d'entreprises	375
§1 : Les apports de l'approche systémique	376
A. Le maintien des contraintes	376
B. La conservation de la variété d'un tissu productif	377
C. La prise en compte du temps de réponse du système	377
§ 3 : Les principes pour l'action	378
A. L'intervention "juste nécessaire"	378
B : Le partenariat	381
C : La recherche d'interventions amplificatives	383
D : La cohérence dans l'action	385

Chapitre XIII : L'environnement entrepreneurial	386
Section I : La constitution d'un environnement entrepreneurial	386
§ 1 : Les caractéristiques de l'environnement entrepreneurial	386
A. Les émetteurs d'environnement	386
B. Le point d'application	388
C. L'intensité de l'influence	388
D. La durée	389
§ 2 : La modalité de constitution d'un environnement entrepreneurial	390
A. La définition des finalités et du champ d'action	391
B. Le choix des actions à mener	393
Section II : Les complexes de technologie avancée aux Etats-Unis	396
§ 1 : Les conditions de base	397
A. L'accès au marché	397
B. Le contexte socio-culturel	398
§ 2 : Les facteurs de croissance	398
A. L'accès aux moyens de financement	398
B. Le rôle des Universités et le recours aux services spécialisés	400
§ 3 : Les facilités et les incitations à la création et au développement d'entreprises	402
A. L'environnement industriel	402
B. Les aspects immobiliers	403
C. Le rôle des Etats et des Collectivités locales	405
D. Le cadre légal et l'action gouvernementale	408
Chapitre XIV : Les programmes d'actions entrepreneuriales	413
Section I : Les caractéristiques générales des Programmes d'Actions Entrepreneuriales	415
§ 1 : Les fonctions assumées par un Programme d'Actions Entrepreneuriales	415
A. Les programmes de promotion de la création d'entreprises	415
B. Les programmes intégrés d'actions entrepreneuriales	417
§ 2 : Les phases d'un Programme d'Actions Entrepreneuriales	419
A. La recherche de candidats à la création d'entreprise	420
B. La sélection des candidats à la création	422
C. Les autres phases du Programme d'Actions Entrepreneuriales	424
Section II : Le développement local	426
§ 1 : la genèse du mouvement en faveur du développement local	426
A. Les causes	426
B. Le concept de développement local	429
§ 2 : Les limites du développement local et les conditions de sa mise en oeuvre	430
A. Les limites du développement local	430
B. Les conditions de la mise en oeuvre du développement local	431
Section III : Le développement régional	433

§ 1 : Les justifications d'une politique de développement régional orientée vers la création d'entreprises	434
A. Les aspects théoriques	434
B. L'économie territoire	439
C. Les facteurs conjoncturels d'une action en faveur de la création d'entreprises dans le cadre du développement régional	449
§ 2 : Les actions, en faveur de la création d'entreprises, appropriés au développement régional	451
A. Les programmes favorisant l'émergence d'entrepreneurs : l'essaimage	452
B. Les programmes orientés vers les caractéristiques des projets de nouvelles entreprises : les technopoles	456
Sous-partie III : La validation du modèle et la création d'entreprises dans le Nord-Pas-de-Calais	459
Chapitre XV : Du créateur potentiel à la nouvelle entreprise	460
Section I : Le cadre d'intervention	461
§ 1 : L'hétérogénéité des porteurs de projets rencontrés	461
§ 2 : La diversité des prestations de conseil	463
A. La solution à un problème diagnostiqué	463
B. L'aide au diagnostic	463
C. L'aide au changement	465
§ 3 : Les caractéristiques de la prestation de conseil	465
A. Les apports au porteur de projet	466
B. Les problèmes à traiter	466
C. L'aide à la prise de décision	469
Section II : Les velléitaires	471
§ 1 : Le programme SUCCES	471
A. Les constats	471
B. Les trois grandes phases du Programme	474
C. Les résultats du Programme SUCCES	478
§ 2 : L'analyse de la déperdition dossiers demandés/dossiers retournés	479
Section III : La décision de ne pas créer d'entreprise	482
§ 1 : Le choix du couple produit/marché et son adéquation avec le profil du candidat créateur	483
A. Le choix du couple produit/marché	483
B. L'élaboration du projet	484
§2 : Le refus d'adapter une démarche différente de celle qui avait été imaginée	485
A. Les "innovateurs"	485
B. Les "reproducteurs"	486
§ 3 : L'insuffisance des ressources financières	486
A. Le montage financier envisagé obère les conditions d'exploitation	487
B. L'équilibre du plan de financement est aléatoire	487
C. L'impossibilité de réunir les fonds propres	488
§ 4 : L'aspect particulier de la recherche de partenaire	488

§ 5 : La difficulté d'une prise de décision	489
A. La création en équipe	489
B. Les facteurs personnels	490
Chapitre XVI : La création d'entreprises dans le Nord-Pas-de-Calais : diagnostic et stratégie	491
Section I : Le diagnostic de la situation de la création d'entreprises dans le Nord-Pas-de-Calais	492
§ 1 : Le constat	492
A. Une très faible entrepreneurialité	492
B. Le parc d'entreprises diminue	495
C. La pérennité des nouvelles entreprises est égale à la moyenne nationale	496
D. Des disparités infra-régionales	497
§ 2 : Les causes de cette situation	498
A. Le Nord-Pas-de-Calais : une région de tradition industrielle	498
B. Spécialisation spatiale et dynamisme régional	499
C. L'absence relative d'exemplarité	500
D. Des facteurs humains défavorables à la création d'entreprises	500
§ 3 : Un schéma explicatif	502
§ 4 : Des orientations pour l'action	503
Section II : Un environnement davantage entrepreneurial	504
§ 1 : Une attitude davantage orientée vers la création d'entreprises	504
A. Communiquer sur le thème de la création	504
B. Système éducatif et création d'entreprises	507
§ 2 : Faciliter l'obtention des ressources nécessaires à la création d'entreprises	509
A. Une disponibilité et une accessibilité des ressources à améliorer	509
B. Le renforcement des réseaux	511
Section III : L'accompagnement des créateurs d'entreprise	513
§ 1 : Définition et enjeux	513
A. La nécessité d'une définition	513
B. Les enjeux de l'accompagnement	514
§ 2 : La situation actuelle dans le Nord-Pas-de-Calais ?	514
A. Combien d'entreprises accompagnées ?	514
B. Qui accompagne (après la création) et comment ?	515
§ 3 : Des propositions pour un accompagnement plus performant	517
A. Une diversité de situations	517
B. Les orientations en matière d'offre d'accompagnement	519
C. Pour développer la demande d'accompagnement susceptible d'émaner de créateurs, il faut agir dans trois grandes directions	521
D. La mise en oeuvre d'une politique d'accompagnement	522



CONCLUSION	524
1. Entrepreneurialité et développement	524
A. L'entrepreneurialité est un facteur de croissance économique	524
B L'entrepreneurialité et les changements mentaux et sociaux d'une population	526
2. Entrepreneurialité et système économique	528
BIBLIOGRAPHIE	531

Une explication globale du phénomène de la création d'entreprise doit d'abord s'appuyer sur une analyse en termes d'offre et de demande d'entrepreneuriabilité. La demande d'entrepreneuriabilité est constituée par l'ensemble des "déficiences" du marché que l'entrepreneur peut combler ; l'offre d'entrepreneuriabilité est constituée par l'ensemble des individus décidant de devenir entrepreneur.

Le recours à l'approche systémique permet ensuite d'étudier les finalités et de modéliser le système de la création d'entreprises, de prendre en compte la dynamique de ce système dans toute sa complexité, intégrant les aspects économiques, sociologiques et psychologiques.

Enfin, les apports de l'approche systémique permettent de traiter de l'action en faveur de la création d'entreprises.

Mots-clés : Entrepreneuriabilité - Création d'entreprises - Développement local - Développement régional.