

Martin Giraudeau

Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur schumpétérien performé

**Article (Accepted version)
(Refereed)**

Original citation:

Giraudeau, Martin (2007) *Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur schumpétérien performé*. *Sociologie du travail*, 49 (3). pp. 330-350. ISSN 0038-0296

DOI: [10.1016/j.soctra.2007.06.025](https://doi.org/10.1016/j.soctra.2007.06.025)

© 2007 [Elsevier Masson SAS](http://www.elsevier.com)

This version available at: <http://eprints.lse.ac.uk/53920/>

Available in LSE Research Online: November 2013

LSE has developed LSE Research Online so that users may access research output of the School. Copyright © and Moral Rights for the papers on this site are retained by the individual authors and/or other copyright owners. Users may download and/or print one copy of any article(s) in LSE Research Online to facilitate their private study or for non-commercial research. You may not engage in further distribution of the material or use it for any profit-making activities or any commercial gain. You may freely distribute the URL (<http://eprints.lse.ac.uk>) of the LSE Research Online website.

This document is the author's final accepted version of the journal article. There may be differences between this version and the published version. You are advised to consult the publisher's version if you wish to cite from it.

LE TRAVAIL ENTREPRENEURIAL, OU L'ENTREPRENEUR SCHUMPETÉRIEN PERFORMÉ*

Paru dans *Sociologie du Travail*, vol. 49, n°3, pp. 330-350 (2007).

Martin Giraudeau

CERTOP – Université de Toulouse 2

5, allées Antonio Machado

31 058 Toulouse cedex 9

Tél. : 05 61 50 39 77

Fax : 05 61 50 49 63

E-mail : giraudeau@univ-tlse2.fr

RÉSUMÉ

La création d'une entreprise passe par l'accomplissement de tâches spécifiques de mobilisation et d'articulation des ressources nécessaires à la production et à la vente. Le « porteur de projet » n'accomplit pas ces tâches seul, mais accompagné de conseillers, d'experts et d'outils de gestion. L'étude, auprès de chômeurs créateurs d'entreprise, de ce *travail entrepreneurial* collectif et outillé rend donc contestable la figure schumpetérienne d'un entrepreneur réduit à la personne d'un individu visionnaire et concepteur, grâce à cela, d'une « combinaison nouvelle ». Mais, si la nouvelle entreprise n'émerge pas spontanément de l'intuition d'un individu, le cadre dans lequel elle est progressivement construite tend néanmoins à lui conférer la forme d'une nouvelle combinaison, cohérente en termes productifs, commerciaux et comptables, et dont l'entière responsabilité peut être attribuée au « porteur de projet ». L'entrepreneur n'est donc pas schumpetérien ; il le devient.

INTRODUCTION

« L'entreprise des théoriciens existe sans entrepreneur – comme si le Prince du Danemark avait été effacé des débats autour d'*Hamlet* » (Baumol, 1968). Cette présentation, pertinente dans les années 1960, n'est plus d'actualité, même si les modèles économiques formalisés méritent encore cette critique. Comme en témoignent les récentes recensions de la littérature sur la question (Martinelli, 1994 ; Swedberg, 2000 ; Thornton, 1996 ; Zalio, 2004), les sciences sociales ont remis ce personnage sur les devants de la scène, en particulier à travers l'explicitation, dans une veine wébérienne, des conditions culturelles de son émergence historique dans certaines sociétés. Mais seule la tradition schumpetérienne a eu le souci de discuter du *rôle* joué par l'entrepreneur dans l'espace économique.

En effet, dans une approche soucieuse de rendre compte des caractéristiques de l'action entrepreneuriale à la croisée de plusieurs disciplines, Schumpeter (1911) a décrit l'entrepreneur

* Je remercie chaleureusement Pauline Barraud de Lagerie et Étienne Nouguez pour l'aide amicale qu'ils m'ont apportée au cours de la rédaction de cet article, qui doit par ailleurs beaucoup à des échanges antérieurs et stimulants avec Franck Cochoy. Le travail empirique qui sert de base au propos n'aurait pas été possible sans le soutien financier du CNRS et du Fonds Social Européen.

comme le concepteur d'une « combinaison nouvelle », c'est-à-dire « innovante » en termes de produit ou service, de matière première ou de bien intermédiaire utilisable, de méthode de production, de marché rendu accessible, ou enfin d'organisation de la production. Cet « acte de création » repose dans un premier temps, chez Schumpeter, sur les ressources psychologiques particulières de l'entrepreneur : nul ne saurait en effet « combiner » sans être « visionnaire », ni disposer d'une certaine « étroitesse d'esprit » favorable à la concentration sur un objectif arrêté, et d'une « force de caractère » permettant de résister au courant dominant des routines sociales. L'entrepreneur apparaît donc comme un acteur fondamentalement individuel, qui s'appuie sur ses traits de personnalité – ceux d'un « leader » – pour concevoir sa nouvelle combinaison marchande. La mise en œuvre de celle-ci suppose, dans un second temps seulement, la « maîtrise des moyens de production », rendue possible par la possession préalable de « biens disponibles » et donc échangeables contre ceux qui s'avèrent nécessaires à la nouvelle combinaison.

Complétant l'approche schumpetérienne, d'autres auteurs ont donné à l'entrepreneur un rôle d'appréciation des marchés existants. L'introduction d'une nouvelle combinaison marchande renvoie ainsi d'une part à une action antérieure « d'arbitrage » entre l'offre et la demande, qui doit permettre à l'entrepreneur de percevoir les « opportunités » offertes par les marchés (Kirzner, 1979). La prise en compte de l'incertitude de cette appréciation des marchés induit d'autre part une responsabilité de l'entrepreneur à l'égard des autres acteurs marchands qui participent à la nouvelle combinaison, et qui ne sauraient assumer les aléas liés à son introduction sur le marché (Knight, 1921).

Les méthodes et les techniques de cette « créativité de l'agir » sont néanmoins souvent renvoyées, dans le cas de l'entrepreneur comme dans beaucoup d'autres (Joas, 1999), à des facteurs intimes ou au contraire extérieurs à l'entrepreneur, et qui échappent donc à l'analyse. Les recherches en psychologie de l'entrepreneur effectuées dans la lignée des travaux de Schumpeter nous renseignent ainsi sur les traits de la « personnalité de l'entrepreneur » plus que sur les opérations cognitives qu'il met en œuvre dans l'exercice de ses activités (Chell, 1991). La « nouvelle sociologie économique » explicite quant à elle le rôle des réseaux personnels de l'entrepreneur dans la capacité qu'a celui-ci à constituer une combinaison marchande innovante, soit du fait de la densité de ces réseaux (Granovetter, 1995), soit grâce à la position originale qu'il y occupe (Burt, 2000). Mais elle ne nous renseigne que peu sur la façon dont l'entrepreneur est susceptible de construire les réseaux en question et de les articuler à des fins marchandes. Si le rôle de l'entrepreneur sur les marchés semble ainsi rendu plus clair, l'ensemble de ces travaux ne décrit donc pas *comment* cet acteur le joue (Jarillo et Stevenson, 1990).

On doit regretter cette relative absence de fondements pratiques de l'action entrepreneuriale telle qu'elle est présentée dans une tradition dont l'influence considérable sur les analyses ultérieures de l'entrepreneur et le caractère souvent indiscuté suffiraient par ailleurs à exiger qu'on la remette à l'épreuve. En ne rendant pas compte des activités entrepreneuriales, la tradition schumpetérienne perd en effet de sa force descriptive, notamment parce qu'elle ne facilite pas l'identification empirique de son acteur clef. Alors que Keynes assume pleinement ce caractère insaisissable de l'entrepreneur comme personne en appliquant le terme « à la fois à la personne qui produit et à celle qui investit » (Keynes, 1982), Schumpeter conçoit celui-ci comme une personne unique, sans pour autant fournir d'autre moyen, pour qu'on repère celle-ci dans l'espace social, que l'identification du résultat de son action, une « nouvelle combinaison ». Ceci explique que l'entrepreneur soit souvent caractérisé comme tel une fois son action accomplie, ce qui tend à définir l'entrepreneur comme le *bon* entrepreneur, celui dont l'entreprise s'est avérée être un succès. Et ceci autorise par ailleurs le langage courant, comme beaucoup de sociologues, à utiliser le terme d'entrepreneur pour désigner autre chose que les seuls grands capitaines d'industrie qui intéressaient Schumpeter. L'assimilation, en particulier, de l'action d'entreprendre à celle de

création d'entreprise n'est pas sans donner à cette dernière un lustre schumpetérien peut-être indu, et qui demande donc à être examiné.

Faire du créateur d'entreprise un entrepreneur au sens schumpetérien n'est en effet pas sans poser de problèmes. Notre enquête, qui a porté sur une catégorie particulière de créateurs d'entreprise – les demandeurs de l'Aide aux Chômeurs Créateurs ou Repreneurs d'Entreprises (ACCRE)¹ –, montre cela très nettement. Cette catégorie se compose en effet de personnes pour la plupart précédemment salariées², et donc souvent sans expérience de la création d'entreprise, *i.e.* en train de *devenir* entrepreneurs. Leur « action entrepreneuriale » se donne par conséquent à voir, mieux qu'auprès de créateurs plus expérimentés et plutôt que comme un acte visionnaire ponctuel, comme un long processus, qui dure plusieurs mois et passe par l'accomplissement de tâches spécifiques et hétérogènes donnant lieu, de la part de ces personnes, à un apprentissage continu. L'étude de ce processus, suivi empiriquement dans sa durée et sa complexité, sans présager de son éventuel résultat³, conduit à mettre au jour un véritable « travail entrepreneurial » des créateurs d'entreprises.

Dans la lignée des recherches sur le « travail d'organisation » (Terssac, 2002) et sur le « travail marchand » (Cochoy et Dubuisson, 2000), le recours à la notion de travail permet ici de sortir des catégories conceptuelles définissant l'entrepreneur à partir du résultat de ses activités – une innovation, une embauche, une vente, un investissement, etc. –, et de mettre au contraire les formes prises par celles-ci au cœur de l'investigation. Cet article comporte ainsi une visée ethnographique : il s'agit de donner à voir ce travail de l'entrepreneur aux prises avec son projet et les marchés. Mais la question à laquelle il s'agit de répondre ici est celle de savoir, en prenant acte de la charge schumpetérienne désormais portée par le terme, dans quelle mesure les créateurs d'entreprise étudiés méritent leur désignation actuelle comme entrepreneurs. L'analyse portera par conséquent successivement sur les deux points nodaux de cette tradition : la question de la conception d'une « combinaison nouvelle » par l'entrepreneur ; et celle du caractère individuel de l'action entrepreneuriale. Nous étudierons ainsi dans un premier temps le travail de constitution de la nouvelle entreprise, travail relationnel de mobilisation et d'articulation des ressources socio-techniques nécessaires à l'activité marchande. La contribution à ce travail entrepreneurial d'autres acteurs que le porteur de projet sera analysée dans un second temps, à travers la prise en compte du rôle joué par les organismes et les outils d'aide à la création d'entreprise.

¹ Il s'agit là d'une catégorie statistiquement très importante, puisqu'elle rassemble environ le tiers des créateurs d'entreprises en France. Cette catégorie connaît actuellement une forte croissance : le nombre de *bénéficiaires* de l'ACCRE a été multiplié par plus de deux entre 2002 et 2005, et il en est donc de même pour les *demandeurs* de l'aide, dans la mesure où le taux de refus des demandes (environ 20 %) ne semble pas avoir connu de variations significatives sur cette période. Le taux de survie à trois ans entreprises créées par les bénéficiaires de cette aide est par ailleurs équivalent à celui des autres nouvelles entreprises, soit 57 % (Fabre, 2006).

² Au moment de l'enquête, effectuée au cours de l'année 2004, avaient le droit de demander l'ACCRE : tous les demandeurs d'emploi, indemnisés ou non ; les bénéficiaires du RMI, de l'ASS ou de l'API ; les jeunes de dix-huit à vingt-cinq ans ; les personnes handicapées de moins de trente ans ou sans activité antérieure ; les repreneurs d'entreprises en redressement ou en liquidation judiciaire (sous certaines conditions) ; les personnes de plus de cinquante ans. Du fait des effectifs relatifs de ces différentes populations, la majorité des demandes de l'ACCRE émanait (et émane encore aujourd'hui, bien que de nouvelles populations aient été adjointes à celles-ci) de demandeurs d'emploi.

³ L'enquête a d'abord consisté en la réalisation d'entretiens, réitérés au cours de processus de création d'entreprise, avec 15 chômeurs porteurs de projet – la première prise de contact ayant été effectuée à l'accueil de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la grande ville de province où a été réalisée l'enquête. Dans la mesure du possible, les documents de travail des porteurs de projet ont été récoltés au cours de ces entretiens. Une base de 177 dossiers de demande d'Aide aux Chômeurs Créateurs ou Repreneurs d'Entreprise (ACCRE) déposés auprès de la Direction Départementale du Travail et de l'Emploi (DDTE) a ensuite été constituée, numérisée, puis soumise à une analyse statistique descriptive. Les porteurs de projet ont enfin été suivis au cours de leurs démarches, notamment dans les locaux de la CCI, où leur participation à des séances de formation et leurs entretiens avec des conseillers de l'organisme ont été observés. Des entretiens ont par ailleurs été réalisés avec 4 de ces conseillers ainsi qu'avec 4 agents de la DDTE en charge de l'ACCRE.

QUATRE FORMES DE TRAVAIL RELATIONNEL

« État d'avancement de mon projet de création :

- Recherche des aides possibles pour la création tant sur un plan financier qu'administratif ;
- Choix des associés ;
- Premiers contacts commerciaux ;
- Études de marchés et business plan en cours ;
- Choix du statut, création de statut SARL »

Projet de vente, installation et maintenance de terminaux de paiement (Document de travail, juillet 2004)

La création d'entreprise passe par l'accomplissement d'une longue série de démarches, qui va bien au-delà du seul dépôt auprès d'un Centre de Formalité des Entreprises de l'ensemble des documents nécessaires à l'immatriculation légale de la nouvelle entreprise au Registre du Commerce et des Sociétés (RCS). Cette série de démarches, telle qu'elle apparaît par exemple dans l'extrait de document de travail qui précède, consiste en une mise en relation du porteur de projet avec des acteurs divers : financeurs publics et privés, associés, fournisseurs et clients potentiels. Les ressources productives dont doit disposer l'entreprise sont en effet multiples et hétérogènes, puisqu'elles rassemblent des personnes (associés, employés), des institutions (autres entreprises, administrations) et des acteurs non-humains (outils de production, ressources financières). Près du quart des demandeurs de l'ACCRES de la base de dossiers de création d'entreprise que nous avons constituée ont en effet au moins un associé ; ils sont plus de 40 % à avoir conclu des accords (d'approvisionnement, d'achat ou de collaboration) avec d'autres entreprises ; ils sont autant à avoir eu recours à l'emprunt ; et tous présentent les listes, voire des factures et photographies du matériel productif (outils de production et local) qu'ils ont à leur disposition. Aussi le travail relationnel de mobilisation et d'articulation des ressources est-il multiforme.

Accéder aux ressources

L'accessibilité de ces ressources varie. Certaines d'entre elles sont d'emblée à la disposition des porteurs de projet. C'est ainsi souvent le cas d'une partie du matériel productif (notamment du petit matériel informatique) qui est simplement transféré des biens personnels du porteur au capital de son entreprise. D'autres ressources, sans être nécessairement disponibles, sont d'un accès aisé pour le porteur de projet pour des raisons de proximité. Il s'agit en particulier de l'ensemble des personnes qui appartiennent d'avance à ses réseaux, et avec lesquelles il lui suffit d'activer une relation existante – c'est le cas, surtout, de « l'entourage familial et amical », dont près de 94 % des porteurs de projet affirment qu'il « jouera un rôle » dans leur future entreprise.

Mais on ne saurait réduire la création d'entreprise à l'activation de ressources déjà existantes. Au contraire, de telles ressources peuvent être mises de côté, pendant que d'autres sont recherchées. Si les employeurs antérieurs sont en effet parfois clients de la nouvelle entreprise (6 % des cas), on observe néanmoins majoritairement un découplage, amorcé par l'expérience du chômage, des demandeurs de l'ACCRES à l'égard de ces employeurs. Ce découplage s'étend plus largement à leurs réseaux professionnels antérieurs, puisque par exemple seuls 31 % d'entre eux affirment avoir connu leurs futurs fournisseurs au cours de leur expérience professionnelle passée. Le porteur de projet est par conséquent amené à mobiliser activement des ressources dont l'accès ne lui est pas immédiat. Burt caractérise cette mobilisation comme un « investissement » relationnel de l'entrepreneur (Burt, 2000). Cependant, outre qu'il réduit les ressources en question aux seules ressources humaines et individuelles, le terme d'investissement rend mal compte de la variété des formes de travail nécessaires à leur mobilisation. En suggérant l'existence d'un simple marché relationnel où le porteur de projet irait acheter les ressources dont il a besoin, le risque est en effet de donner un coût, non identique certes mais comparable sur une même échelle de valeurs,

aux différentes activités de mobilisation de ressources, et d'en aplatir ainsi la diversité et les ressorts.

Une manière de pallier cet aplatissement consiste à prendre en compte les médiations sur lesquelles repose la mise en relation du porteur de projet avec les ressources qui ne lui sont pas immédiatement accessibles. On constate en effet, au regard de la base de nouvelles entreprises étudiée, que 27 % des porteurs de projet ont connu certains de leurs fournisseurs par le biais du « bouche-à-oreille », 26 % d'entre eux par « prospection », et 6 % grâce à leur « notoriété ». Or ces entrées en contact supposent chacune un travail différent. Si la « notoriété » des fournisseurs n'implique aucun travail spécifique – mais demande néanmoins une familiarisation antérieure avec le secteur d'activité de l'entreprise –, le « bouche-à-oreille » suppose la médiation d'un autre acteur (proche, futur salarié ou concurrent par exemple), déjà présent dans les réseaux de relations du porteur de projet, et que celui-ci a sollicité. La « prospection » renvoie à un travail nettement différent du porteur de projet, qui entre dans une démarche active de consultation de médiateurs divers prenant la forme de ressources documentaires telles que les revues spécialisées, les annuaires ou les prospectus, ressources elles-mêmes souvent obtenues auprès d'acteurs collectifs, centrales d'achat, organismes de conseil ou syndicats professionnels.

Ces différentes formes de travail relationnel ne sont pas sans effets sur la relation émergente, ni donc sur la future entreprise. Elles reposent sur des « dispositifs de jugement » différents, qui ne donnent pas tous accès au même type d'informations, si bien que les formes de la confiance à l'égard des nouveaux partenaires varient (Karpik, 1996). La confiance préalable à l'établissement de la relation est ainsi « personnelle » en ce qui concerne le bouche-à-oreille, alors qu'elle est « impersonnelle » pour la notoriété, qui constitue un type de classement collectif mais anonyme. La prospection, également impersonnelle, recouvre néanmoins des dispositifs de jugement hétérogènes : ceux-ci sont source d'une confiance que l'on peut dire institutionnelle lorsqu'ils font intervenir un tiers reconnu (revue spécialisée, guide, etc.) ; dans le cas de publicités ou de l'inscription sur l'annuaire du partenaire potentiel, la confiance repose principalement sur les caractéristiques matérielles de l'annonce (caractéristiques visuelles de la publicité, nom de l'entreprise, etc.). Ce dernier cas étant de loin le plus fréquent dans l'accès aux ressources productives, les porteurs de projet cherchent à asseoir leur confiance de manière complémentaire sur des « dispositifs de promesse ».

Formaliser les relations

L'accès aux ressources productives ne suffit pas, en effet, à garantir leur disponibilité future pour le créateur d'entreprise ; encore faut-il que cet accès permette par la suite l'établissement d'une relation. Schumpeter – bien que ne l'analysant qu'en termes de moyens matériels et financiers – souligne cet aspect de l'activité entrepreneuriale, la nécessaire « maîtrise » des ressources productives, qui passe par des droits de propriété sur certains de ces moyens, mais également (lorsque la propriété s'avère impossible) par le recours au « crédit » et donc à un engagement vis-à-vis d'autres acteurs. L'économie institutionnaliste a étendu la portée de ces engagements aux relations de tous les acteurs humains de l'entreprise, en concevant celle-ci comme un « nœud de contrats », ces « contrats » pouvant prendre des formes variées suivant la « durabilité » et le degré de « complexité » des relations en question (Williamson, 1986). Mais la notion de contrat permet-elle d'épuiser l'ensemble des formes de relations que noue le porteur de projet au cours du processus de création d'entreprise ?

L'absence de salariés dans la plupart des projets d'entreprise étudiés ne réduit pas le rôle central des contrats dans la création d'entreprise. De telles formalisations des relations sont en effet mises en place en grand nombre au cours du processus de création, avec les clients de l'entreprise (*e.g.* contrats de sous-traitance), ses financeurs (*e.g.* contrats de prêt), ou ses fournisseurs (*e.g.* contrats de licence). La force de la relation – plus ou moins complexe et durable – ainsi stabilisée

tient au recours au droit et à la puissance publique comme autorités tierces pouvant intervenir en cas de litige. C'est en particulier le cas du « contrat social » qui fonde « l'association » dans les statuts des entreprises collectives, en l'occurrence pour les 24 % de demandeurs de notre base ayant opté pour les statuts de SARL ou de SAS. Aux liens entre co-contractants s'ajoutent simultanément, à travers ce type de contrat (comme à travers les statuts des autres types d'entreprises que sont les Entreprises Individuelles et les EURL), des engagements complémentaires imposés par la puissance publique à l'égard de ses administrations, dont notamment l'administration fiscale.

La force de la relation établie par les contrats – dont le coût de révision est parfois considérable – impose un travail relationnel supplémentaire pour chaque porteur de projet, travail consistant à définir, au cours de la création, l'étendue précise de la relation à venir. Il s'agit d'une part de concevoir des engagements suffisants – notamment en termes financiers, dans le cas des statuts de l'entreprise –, mais également d'en réduire l'éventuelle portée – les statuts permettant par exemple de limiter, dans les décisions du conseil d'administration, les voix de chacun des associés proportionnellement à leur part dans le capital, et de réduire ainsi les risques d'aléa moral. Ces problèmes classiques de théorie des contrats conduisent au déploiement par l'entrepreneur d'un travail d'information : à l'égard d'abord des options contractuelles que la loi l'autorise à adopter ; à l'égard ensuite des conséquences des différentes formes d'engagement (en cas de rupture de relation notamment, ou en termes fiscaux par exemple) ; et à l'égard enfin des souhaits et possibilités d'engagement de ses co-contractants.

Mes principaux fournisseurs, je les ai déjà rencontrés à Barcelone deux fois. Une première chez eux, et une autre lors d'une convention. Ils vont m'envoyer une lettre de collaboration, mais je vais les revoir d'abord le 17 septembre [2004] pour travailler la forme exacte de la collaboration. J'aimerais faire un partenariat à long terme, pouvoir devenir leur agent pour [la zone X], voire les représenter aussi dans [la zone Y]. Les autres fournisseurs, je ne les ai pas encore vus physiquement. J'ai juste une lettre, qui n'engage à rien mais qui indique qu'ils sont prêts à travailler avec moi.
Projet de magasin de vêtements féminins (Entretien avec la porteuse de projet)

L'élaboration des contrats suppose donc un travail de négociation entre co-contractants, visant à ajuster leurs engagements mutuels. Mais le contrat apparaît clairement ici comme une possibilité parmi d'autres de formalisation des relations, qui peuvent n'être inscrites que sur une « lettre de collaboration » spécifiant les conditions de celle-ci, voire une « lettre qui n'engage à rien » mais témoigne simplement d'une disponibilité pour une collaboration sans contrat.

Les relations informelles au sens juridique représentent ainsi dans la base que nous avons constituée près de 60 % des relations établies avec d'autres entreprises. Elles culminent bien entendu dans le cas de la relation entre le porteur de projet et son entourage familial et amical : une relation contractuelle avec des membres de l'entourage (associés ou employés) n'existe que dans 13 % des cas, alors que seuls 6 % des demandeurs étudiés affirment ne bénéficier d'aucune aide de leur entourage. L'aide administrative et gestionnaire apportée par celui-ci à 24 % des porteurs de projet, et l'aide financière ou matérielle fournie dans 15 % des cas ne reposent donc en général sur aucun contrat légal. Pour autant, l'obtention de l'engagement de certains acteurs, au premier rang desquels les financeurs publics et privés, dépend de l'existence d'engagements d'autres acteurs, et en particulier des clients. Ces ressources réticulaires sont en effet souvent les principaux « biens disponibles », pour reprendre le terme schumpétérien, que les chômeurs créateurs d'entreprise sont en mesure de proposer en contrepartie de l'octroi de crédits ou d'aides financières. C'est pourquoi, même lorsqu'ils ne sont pas en mesure de s'attacher ces ressources au moyen de contrats, les porteurs de projet sont conduits à « investir » (Thévenot, 1986) dans d'autres formes, en produisant divers documents écrits, datés et signés, tels que des lettres d'intentions de clients, des attestations sur l'honneur de prêts familiaux, etc. S'ils n'ont le plus souvent pas de valeur légale, ces documents constituent néanmoins pour les porteurs de projet une forme minimale de réduction de la faiblesse de certains des liens dont ils disposent.

Mettre en adéquation

Les relations dépendent en effet les unes des autres : d'une part, parce que l'engagement des uns dans le projet peut faciliter l'engagement des autres ; mais aussi, d'autre part, parce que le porteur de projet se livre à un travail de mise en rapport entre ses ressources productives et celles qu'il entend gagner sur le marché de son bien ou service. Cette mise en rapport consiste bien d'abord, pour reprendre Kirzner, en un travail d'« arbitrage » entre l'offre et la demande⁴. Si l'observation des concurrents, finement analysée par White (1981), joue un rôle important, le porteur de projet n'en cherche pas moins en effet à rendre son offre adéquate à ce qu'il peut savoir de la demande. Le travail auquel il se livre dans ce but repose sur des techniques particulières de confrontation des deux côtés du marché, que l'on peut caractériser comme des techniques d'expérimentation.

"B. est une commune de 2639 habitants. Après une étude de la population (réalisée par un comptage d'administrés par année de naissance), (...) on peut constater que B. est une commune constituée d'une population très jeune puisque 57,71 % des habitants ont entre 0 et 40 ans, ce qui est exactement le type de clientèle que vise une pizzeria à emporter. (...)

Projet de vente de pizzas à emporter (Document annexe au dossier ACCRE : *Étude de marché*, octobre 2004)

Ce premier type d'expérimentation est effectué sur des données existantes, réinterprétées pour l'occasion. L'identification des clients « visés » par l'entreprise – c'est-à-dire la définition d'une « population cible » – est opérée par l'entrepreneur en fonction des propriétés qu'il attribue lui-même au produit ou service qu'il entend offrir. C'est sur cette rencontre *sur le papier* entre l'offre et la demande qu'est fondé le comptage statistique des « clients potentiels ». On observe ainsi une première modalité de construction locale de la demande anticipée évoquée par Keynes.

Dans les cas où cela s'avère possible, l'entrepreneur expérimente ensuite *in vivo* la rencontre entre son produit ou service et un échantillon de clients.

« Le but de la présente enquête est d'évaluer la pertinence économique du projet en cernant l'intérêt et les attentes techniques et économiques des utilisateurs de ce type de périphérique informatique, dans l'optique de développer un produit novateur commercialisable. C'est également de déterminer quelques utilisateurs qui pourraient être intéressés par leur participation au projet de développement industriel en tant que testeurs pratiques du futur produit. »

Projet de production et commercialisation d'un périphérique informatique de stockage invulnérable permettant d'authentifier des données numériques infalsifiables (Document annexe au dossier ACCRE : *Évaluation de l'impact technico-économique*, mars 2004)

L'observation attentive, au moyen de questionnaires et d'entretiens, des réactions du client à cette rencontre avec le produit ou service offert doit permettre d'évaluer les modifications souhaitables de cette offre, et d'effectuer un arbitrage quant à leur opportunité. La demande anticipée est ainsi évaluée en relation avec les caractéristiques de la nouvelle offre, qui peuvent varier. La « nouvelle combinaison » technologique, le produit « novateur », doit aussi être « commercialisable ».

« La plupart des personnes interrogées soulèvent en premier lieu la question de la validité du produit face à un tribunal (...).

La valeur légale [du périphérique] nécessitera une reconnaissance via un label ou une autorisation réglementaire qui lui donnera un avantage concurrentiel indéniable. Il est donc stratégiquement essentiel de faire agréer cet équipement par les prescripteurs et donneurs d'ordre à l'échelle nationale, puis européenne, et enfin éventuellement mondiale. »

Ibid.

Le travail entrepreneurial peut consister alors en une modification de la combinaison initiale, d'ailleurs elle-même seulement en partie intuitive – au sens de Schumpeter – puisqu'elle repose sur un travail de développement technologique qui n'est pas sans imposer ses contraintes au produit (Latour, 1992). La nouvelle combinaison pressentie s'articule simultanément à l'offre de la concurrence, qui a elle-même donné lieu à un travail d'analyse et de confrontation. Ainsi, dans le cas présenté, des liens légaux sont perçus comme devant être adjoints à la configuration purement technologique qui formait le projet initial. Dans les cas de projets moins « innovants »

⁴ L'analyse qui suit des formes de mise en rapport entre offre et demande vaut également pour les offre et demande financières, qui sont synthétisées dans les dossiers sous la forme du tableau de financement, mais dont nous ne traiterons pas ici.

technologiquement, les modifications consistent par exemple souvent en un changement de la gamme de produits ou services offerts, de leur prix, ou des techniques de vente.

Mettre en équation

L'arbitrage opéré par l'entrepreneur entre l'offre et la demande ne prend pas exclusivement la forme de la confrontation expérimentale du produit ou service à ses éventuels acheteurs. À l'adéquation s'articule en effet un travail d'équation comptable, qui permet à l'offre et à la demande de se rencontrer sous une nouvelle forme : celle de dépenses et de revenus.

39 VOTRE COMPTE DE RÉSULTAT PRÉVISIONNEL POUR LE PREMIER EXERCICE			
Vous remplirez de manière précise ce tableau simplifié qui constitue votre prévision budgétaire pour les 12 premiers mois de votre activité.			
CHARGES		PRODUITS	
	Montants (€)		Montants (€)
Achats	27 000	Chiffre d'affaires	108 000
Charges externes	31 060		
Impôts et taxes			
Charges de personnel	35 000		
Charges sociales de l'exploitant			
Charges financières			
Dotations amortissements et provisions ; Impôts sur les bénéfices	5 000		
Total des charges	98 060	Total des produits	108 000
Résultats (bénéfice)	9 940	Résultats (déficit)	

Table 1: Projet de production et commercialisation d'un périphérique informatique de stockage invulnérable permettant d'authentifier des données numériques infalsifiables (Dossier ACCRE, p. 9, question n°39 – version abrégée par l'auteur)

La mise en rapport de l'offre et de la demande se distingue ici du face-à-face entre client et produit ou service. Elle se présente en effet comme un vis-à-vis entre charges et produits et repose sur les propriétés visuelles du tableau comme instrument de figuration (Goody, 1979). Par suite, elle engendre le calcul des « résultats », par soustraction du total des charges à celui des produits. La rencontre de l'offre et de la demande s'accompagne ainsi d'un considérable effort de synthèse, qui aboutit à une lisibilité extrême de la « viabilité économique » de la future entreprise, tout entière résumée dans la colonne où aboutissent les « résultats » – positifs dans le cas où ils se trouvent du côté des charges, et négatifs dans l'autre cas.

La simplicité du résultat – aux deux sens (mathématique et comptable) du terme – ne doit pas masquer les tâches préalables de construction des données à partir desquelles il est calculé. Le passage du langage naturel au langage mathématique dans la définition de l'offre et de la demande suppose en effet un double travail de comptage d'une part et de tarification d'autre part. Le comptage des produits ou services vendus comme des ressources mobilisées est effectué dans le cadre des activités décrites précédemment de rassemblement des ressources (de clientèle et productives). Quant au « travail de tarification » (Barrey, 2006), il peut prendre une forme simple, lorsque les tarifs ne sont pas du ressort du porteur de projet. C'est le cas par exemple d'un certain nombre de services de santé qu'il peut offrir, ou de l'ensemble des ressources qu'il est amené à acheter auprès d'acteurs refusant toute négociation des prix. La traduction d'un langage à l'autre repose ainsi parfois sur des points d'appui disponibles – un dictionnaire – et permet la réalisation rapide des calculs de charges ou de produit totaux.

« Précisez le mode de calcul de votre chiffre d'affaires prévisionnel (...) :
20684,16 €, basés sur un exercice progressif, en fonction des données des collègues sages femmes déjà installées et des tarifs des actes définis par la sécurité sociale. Soit 1er trimestre : 3105 € ; 2ème trimestre : 4948 € ; 2ème semestre : 12630 €. En détail : 3 C2 (préparation à la naissance 30,60 € SS), 9 SF7 (rééducation du post-partum ou urogynéco 18,55 € SS) par semaine sur trimestre 1 (...). »
Projet de sage-femme libérale (Dossier ACCRE, p. 6, question n°28)

Les tarifs peuvent également obéir aux résultats des enquêtes (observation, questionnaire ou confrontation directe) réalisées auprès des clients potentiels et concurrents, ou « collègues ». Dans d'autres cas, ou bien à un stade antérieur du parcours de création, l'assignation des tarifs peut s'avérer problématique.

« Nous, il y a un truc difficile dans notre projet c'est le calcul du prix, en relation avec notre temps de travail. (...) Pour l'instant on fait de l'anticipation, des plannings, mais tout n'est pas encore défini. Quand on rencontre un client potentiellement intéressé, on fait un cahier des charges ; on ne discute pas des prix d'entrée de jeu. (...) Le prévisionnel reste provisoire. On verra ensuite avec les avocats, les experts-comptables, etc. Il y a des trucs sûrs, on a quelques devis, mais pour le reste on attend encore un peu. »

Projet de portail Internet payant pour les associations et ligues sportives (Entretien avec le porteur de projet)

Le travail d'expérimentation *in vivo* n'est en effet pas toujours suffisant pour arrêter un prix autrement que de manière arbitraire ; une marge de jeu sur les tarifs – des biens et services offerts comme de ceux qui sont nécessaires pour produire – reste alors possible. Le même problème se pose par ailleurs en ce qui concerne le comptage, qui ne garantit pas avec certitude le volume des ressources disponibles ou des ventes à venir – sauf dans le cas de la signature de contrats durables avec les fournisseurs et les clients.

Face à de telles difficultés de traduction du langage naturel au langage mathématique, les porteurs de projet se livrent à un travail de simulation sur l'équation reliant charges et produits.

« Le temps d'avoir les premières rentrées d'argent, je sais que ce n'est pas la peine de démarrer tant que je n'ai pas six mois de trésorerie d'avance. J'ai fait les calculs avec un ami qui gère une agence ; il faut que je vende un fonds de commerce à un million de Francs [environ 150 000 €] par trimestre ; on a fait à l'envers, en partant des coûts. »

Projet d'agence immobilière (Entretien avec le porteur de projet)

En fixant l'une des deux variables agrégées – dans le cas en question : les charges –, il devient en effet possible de déduire l'autre, et de conclure à la nécessité d'opérer certains choix stratégiques, comme, ici, celui d'une démarche commerciale qui permette d'atteindre le niveau de ventes (en quantité et en prix) nécessaire pour, littéralement, *faire face* aux charges attendues dans le tableau de résultat. La variable fixée peut, inversement, être celle des produits, qui sert alors de référence pour évaluer le niveau de charges à ne pas dépasser dans l'élaboration de la combinaison productive. Dans les deux cas, la mise en forme comptable ne sert plus ici à éprouver une offre et une demande préalablement estimées, mais plutôt à faire émerger les niveaux d'offre ou de demande souhaitables du point de vue de l'entrepreneur.

Dans le cas des projets d'entreprise observés, l'« arbitrage » entre l'offre et la demande repose donc sur la mise en œuvre – parfois très *laborieuse* – de diverses techniques d'expérimentation et de simulation, grâce auxquelles l'entrepreneur appréhende la réalité marchande, et envisage divers possibles pour sa future entreprise. L'action entrepreneuriale apparaît donc bien ici comme la conception d'une combinaison marchande qui, sans être en général « innovante » au sens défini par Schumpeter, n'en est pas moins originale, propre à la nouvelle entreprise. Cette combinaison est cependant définie et redéfinie progressivement au cours du processus de création, qui suppose la réalisation d'un travail relationnel spécifique et multiforme. L'ethnographie des activités pratiques de création d'entreprise des demandeurs de l'ACCRES remet donc en question le primat de l'intuition visionnaire dans leur action dite « entrepreneuriale ». Ce faisant, c'est aussi la définition de l'entrepreneur comme personne qu'elle interroge. La spécificité du travail entrepreneurial et la variété de ses formes – seulement entrevues ici –, ouvrent en effet la porte à l'intervention d'autres acteurs que le seul porteur de projet.

FORMES ET FIGURES DU COLLECTIF ENTREPRENEURIAL

« La sélection des projets se fera en deux temps : d'abord par le candidat lui-même. Le dossier de demande, qui est très pédagogique, doit lui permettre d'apprécier lui-même les chances de succès de son projet. Ensuite, nous comptons beaucoup sur le rôle des personnalités qualifiées qui viendront des organismes sociaux, professionnels, directement concernés par la création d'entreprise (...) [qui] sauront donner des conseils décisifs aux candidats créateurs. (...) Les créateurs d'entreprise que nous aiderons ne seront plus seuls, comme par le passé, face à leur projet. »

Philippe Séguin, ministre de l'Emploi, interview à *Défis*, mars 1987 (cité in Aucouturier, 1998)

Si le rôle des ressources, notamment réticulaires, du porteur de projet n'est pas négligé par les sciences sociales, la dimension collective du travail qu'il accomplit n'est quant à elle traitée que dans deux cas. Le premier est celui des créations d'entreprise effectuées par plusieurs associés ; c'est dans ce cas exclusivement qu'il est convenu de parler d'un « entrepreneur collectif ». Le second cas est celui de l'entrepreneuriat interne aux entreprises déjà existantes – c'est l'« intrapreneuriat » (Moss Kanter, 1988) –, qui peut dans certains cas mener à la création d'une autre entreprise. Pourtant, comme le souligne Philippe Séguin dans l'extrait qui précède, les chômeurs créateurs d'entreprise eux-mêmes ne sont « *plus seuls* ». Un dispositif public d'aide à la création d'entreprise est en effet mis en place en France à partir du milieu des années 1980⁵. C'est la partie financière du dispositif qui concerne le plus grand nombre de projets : en 2005, 65 300 créateurs ont bénéficié de l'ACCRES. Quant à « *l'accompagnement personnalisé* », 49 % des demandeurs de l'ACCRES de la base que nous avons constituée en ont bénéficié, sous une forme ou sous une autre. Dès lors que les « *personnalités qualifiées* » intervenant dans le cadre de cet accompagnement sont susceptibles de donner aux porteurs de projet des « *conseils décisifs* », et que le « *dossier de demande* » s'annonce comme « *très pédagogique* », on ne saurait négliger l'analyse de leur contribution au travail entrepreneurial.

Le collectif entrepreneurial

Le premier rôle du dispositif d'aide est d'inciter à la réalisation du travail relationnel précédemment décrit. L'aide financière peut inciter à la création d'entreprise, mais aussi, par son caractère sélectif, à une préparation approfondie des projets. Or l'accompagnement sert précisément à cette préparation ; on observe ainsi au regard de notre base de données, et les porteurs de projet le rappellent souvent, que le taux de refus d'octroi de l'ACCRES par la DDTE est inférieur pour les projets ayant bénéficié d'un accompagnement (3,5 %), même si ce taux reste faible pour les projets non-accompagnés (16,5 %).

L'accompagnement semble donc favoriser l'obtention de l'ACCRES ; mais en quoi contribue-t-il au travail entrepreneurial ? L'étude du rôle de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) auprès de la population de chômeurs étudiés permet de répondre à cette question. Comme le suggère Philippe Séguin ci-dessus, les conseillers mis à disposition par l'État participent d'abord à la sélection des projets en opérant un contrôle du travail entrepreneurial. Les « *Conseillères Entreprendre* » de la CCI se livrent en effet à un contrôle de la réalisation effective de ce travail. Ce contrôle est assorti de sanctions, les conseillères refusant notamment de revoir certains porteurs de projet avant qu'ils n'aient accompli les tâches prescrites. Le contrôle porte aussi, une fois le travail accompli, sur la qualité de ses résultats ; il joue alors plusieurs rôles. S'il peut servir

⁵ Le cœur de ce dispositif est l'ACCRES, dont on peut faire remonter l'origine à 1977 et qui consiste jusqu'en 1997 en une aide financière en capital ; elle se réduit depuis cette date à une exonération de charges sociales pendant un an. Le volet « accompagnement » de l'aide publique autour de l'ACCRES se développe surtout après 1987, lorsque l'octroi de l'aide financière devient sélectif, la sélection des demandes étant effectuée sur la base du « dossier ACCRES ». L'État commence alors à subventionner, de manière forfaitaire ou non (e.g. par le paiement de « *chèques conseil* »), les organismes d'accompagnement qui en font la demande : associations d'aide à la création d'entreprise, chambres consulaires, associations de micro-crédit, etc., soit une dizaine d'organismes dans le département étudié. Ces organismes constituent autant de guides – gratuits – vers lesquels les DDTE et le formulaire de demande de l'ACCRES invitent les porteurs de projet à se tourner pour obtenir des informations sur les démarches – obligatoires, mais pas seulement – à accomplir pour créer une entreprise.

d'instrument de sélection, il constitue aussi une incitation au sérieux dans la réalisation des tâches ; et la mise en garde peut également valoir comme conseil.

Porteur de projet : *J'ai prévu des frais de représentation ; je pense prendre des VRP travaillant déjà dans la restauration, et les payer vingt centimes par livret vendu.*

Conseillère : *Non, ils vont faire ça trois semaines et après ils abandonneront le produit pour un autre. Faites le comme un coup de pub. N'escomptez pas un retour au-delà de trois semaines.*

P : *J'ai fait deux maquettes : avec ou sans VRP...*

C : *J'ai des retours négatifs de créateurs. Les VRP ont d'autres produits... il faut comprendre aussi leur logique. Ne vous attardez pas trop sur eux, et ne leur faites pas de longs contrats.*

P : *Trois mois ?*

C : *Un mois renouvelable.*

P : *Je ferai attention !*

Projet de vente aux restaurants de livrets de coloriage pour enfants (Observation d'entretien de suivi individuel, CCI)

Dans ce cas d'évaluation, on voit en effet la conseillère invalider le travail entrepreneurial qui a été réalisé, mais cette invalidation se complète d'un conseil qui tire son autorité de l'expérience affichée.

L'asymétrie de la relation n'efface pas, dans le cas qui précède, la contribution directe de la conseillère à un choix stratégique interne au projet. La participation des conseillères ne consiste ainsi pas seulement à transmettre avec autorité les informations dont elles disposent sur le monde des relations marchandes. Cela apparaît notamment lorsque le travail de mise en équation intervient.

Porteur de projet : *J'ai le PC si vous voulez ; on peut changer les chiffres...*

Conseillère : *Vous avez le seuil de rentabilité ?*

P : *C'est quoi ?*

C : *C'est facile, je vais le faire. Ça correspond à combien vous devez en vendre pour ne rien perdre.*

P : *30 000 par mois, tout compris, avec 3 000 Euros pour moi.*

C : *Si on divise par 80 [nombre de livrets prévus par commande], ça fait combien ? 375 clients par mois... c'est jouable... quoique... Il faut vraiment travailler sur la saisonnalité.*

P : *J'ai d'autres idées sinon... c'était pessimiste ça.*

C : *Pessimiste ! Mais vous avez largement surestimé la performance des commerciaux...*

P : *Oui, mais pour 30 000, je paye le produit moins cher...*

Projet de vente aux restaurants de livrets de coloriage pour enfants (Observation d'entretien de suivi individuel, CCI)

Les échanges – et les doutes réciproques sur lesquels ils se concluent – témoignent d'une co-construction du projet par son porteur et la conseillère. Celle-ci se livre en effet à un travail multiforme que l'on peut décrire comme d'encadrement participatif, oscillant entre contrôle, mise en garde, conseil, ou formation des porteurs de projet, et participation directe au travail entrepreneurial, stylo en main ou feuille de tableur informatique sous les yeux, cherchant aux côtés du porteur de projet – voire à sa place – à évaluer les combinaisons possibles pour son entreprise.

Entre les deux extrêmes que sont l'encadrement de pur contrôle externe et la participation de plain-pied au travail entrepreneurial, la contribution des conseillères de la CCI est susceptible de prendre des formes diverses. La première est celle d'un travail d'organisation des tâches entrepreneuriales.

« D'abord, il vous faut bien définir le produit, pour que les personnes voient parfaitement ce que vous allez produire. [...] Ensuite, il faut définir la clientèle, déterminer à qui s'adresse votre produit. [...] À partir de là, vous allez peut-être pouvoir calculer le nombre de clients potentiels, et peut-être également essayer de contacter vos clients potentiels, voire leur demander des lettres d'intention. [...] Après, vous devez étudier la concurrence. C'est important. [...] L'environnement, et notamment les contraintes légales, doit aussi être étudié. [...] Et pour terminer, vous devez vous intéresser aux fournisseurs. [...] Pour ce qui est de la démarche commerciale, il s'agit enfin de savoir comment vous allez vous faire connaître. »

Conseillère entrepreneure (Observation d'un stage de formation à la création d'entreprise, CCI)

La démarche revient à proposer aux porteurs de projet une liste de tâches à accomplir suivant un enchaînement chronologique donné. Passée la séance initiale de formation, les entretiens

individuels (pour ceux qui font le choix d'en bénéficier) sont ensuite l'occasion de rappels à l'ordre chronologique prescrit, à travers l'indication des tâches qui restent à accomplir.

Ce travail d'organisation consiste aussi en une division du travail entrepreneurial.

« Le choix de la forme juridique est extrêmement complexe, je le répète. Vous ne vous inventerez pas expert-comptable, avocat ou notaire ! »

Avocat (Observation d'un stage de formation à la création d'entreprise, CCI)

« Le calcul des prévisionnels est impossible à faire seul. Je ne prêche pas pour ma paroisse, mais faites-vous aider. »

Expert-comptable (Observation d'un stage de formation à la création d'entreprise, CCI)

Dans les domaines de la formalisation des relations et de la mise en équation, qui comme on l'a vu exigent des connaissances et des compétences très spécifiques, la CCI propose ainsi aux porteurs de projet de mettre à contribution les membres de professions spécialisées. Le travail d'organisation de la CCI contribue donc à l'extension du nombre des participants au processus de création. Cette extension est renforcée par un dernier type de contribution des conseillères de la CCI, consistant en une mise en réseau, à travers l'invitation d'intervenants extérieurs au cours des formations ainsi que la proposition de listes d'avocats, experts-comptables ou assureurs susceptibles de recevoir les porteurs de projet.

Il convient donc d'insister sur la dimension fortement collective du travail entrepreneurial, tel qu'il apparaît dans le type de créations d'entreprises, très encadré, qui est étudié ici. Les acteurs vers lesquels l'État oriente les porteurs de projet organisent et participent au processus de création d'entreprise. La division du travail qui se dessine ainsi émerge peu à peu au cours du processus, et se constitue autour des champs de spécialité professionnelle des différents participants. Si le travail entrepreneurial consiste en une mise en relation des éléments de la future entreprise pour définir une « combinaison nouvelle », un *collectif d'entreprise*, il repose donc également sur un système de relations – en partie temporaires – qui forme, autour de chaque projet, un véritable *collectif entrepreneurial*. Dès lors, et contrairement à ce que suggèrent les approches d'inspiration schumpétérienne, l'entrepreneur – c'est-à-dire l'acteur qui effectue le travail entrepreneurial – apparaît comme un acteur collectif, dont les types de membres et les formes ne varient que peu d'un projet à un autre, et que l'on ne saurait réduire à la personne du porteur de projet.

Un collectif outillé...

Cette description de l'entrepreneur comme acteur collectif reste cependant incomplète tant que l'on n'a pas pris en compte le rôle particulier joué en son sein par la « technologie invisible » (Berry, 1983) que forment les outils de gestion. Suivant les acteurs et les types de projets, ces outils prennent des formes variées, telles que celles de comptes de résultat et de financement prévisionnels (comme nous l'avons vu plus haut), de documents d'information et de données statistiques sur des secteurs d'activité ou des zones géographiques, de manuels de création d'entreprise, de contrats-types, de logiciels de simulation fiscale, etc. Parmi cette multitude d'outils, un seul est commun à tous les demandeurs de l'ACCRES : le dossier de candidature.

Ce dossier, qui compte quarante questions sur douze pages, est d'abord un formulaire administratif, dont l'analyse par les services de la DDTE sert de base à l'attribution de l'aide financière. Mais « l'investissement de forme » qu'il demande est susceptible d'apporter plus que ce seul gain financier.

« L'étude de marché, je suis obligé d'en faire une parce qu'il y en a besoin pour le dossier. Mais moi je m'en passerai. Je connais bien la population visée ; et puis j'ai deux enfants, quand je suis allé aux USA avec eux, je leur ai acheté plein de fringues [des marques que je vais vendre] ; je vois bien la réaction de leurs copains, ou des gens quand je vais avec eux en ville. (...) Mais je ferai faire des études de marché (...). En mai ce sera fini... mais moi je voulais absolument commencer avant ! »

Projet de magasin de vêtements *streetwear* pour enfants (Entretien avec le porteur de projet)

En posant certaines questions au porteur de projet (e.g. « Décrivez les éléments qui vous ont permis de définir votre marché »), le dossier ACCRE possède en effet une force performative non-négligeable, incitant à la réalisation effective du travail entrepreneurial. Cette force est augmentée par l'exigence de la DDTE en termes de justificatifs : la réalisation effective de toute démarche doit être attestée. Si le degré d'engagement du porteur de projet dans ces démarches (sous-traitées, dans l'exemple qui précède) peut varier, le dossier ACCRE n'en impose pas moins le dépassement du seul stade de l'idée intuitive et l'entrée du porteur de projet dans un *réel* travail de construction de l'entreprise. L'investissement dans le formulaire passe donc aussi par un investissement dans le travail entrepreneurial, ce qui, avec l'octroi sélectif de l'aide, contribue à expliquer les relativement bons taux de survie à trois ans des entreprises créées par les bénéficiaires de l'ACCRES.

Le dossier ACCRE ne se contente pas d'inciter à cet investissement : il en cadre également les formes, agissant comme un guide de la création d'entreprise. Les démarches entrepreneuriales doivent certes être réelles, mais « *il est* [aussi] *nécessaire d'être très réaliste* », comme le rappelle à plusieurs reprises le dossier. C'est un des rôles des équilibres comptables, par exemple, que d'attester le caractère « *réalisable* » de certaines combinaisons productives. Au-delà de cet objectif, le dossier prescrit les modalités du travail entrepreneurial. Il propose notamment à l'entrepreneur une longue liste, pouvant faire office de simple aide-mémoire comme de « liste de contrôle » (Norman, 1993), lui permettant d'évaluer l'état d'accomplissement de son travail. Cette liste inventorie d'une part les ressources à mobiliser et les éléments à prendre en *compte* dans la mise en équation de la future entreprise. Elle consiste d'autre part en une liste de tâches à accomplir (e.g. prendre conseil auprès de personnes qualifiées ou d'institutions, chercher des informations sur les concurrents ou les fournisseurs, s'inscrire à des formations, etc.). Il s'agit là d'une liste ordonnée : la succession des quarante questions du dossier, regroupées par thèmes, fait référence aux phases successives du travail entrepreneurial : « *Entreprendre* », « *Produire* », « *Votre marché* », « *Vendre* », « *Gérer* ». C'est l'ensemble d'un processus, qui permet de passer de l'idée de création à la naissance de l'entreprise, qui est décrit. Une liste d'institutions susceptibles de pouvoir aider le porteur de projet est par ailleurs adjointe à cette liste de tâches, amorçant la mise en réseau de l'entrepreneur et l'élargissement du collectif entrepreneurial.

Le dossier ACCRE contribue donc au travail entrepreneurial de manière en partie redondante par rapport à l'ensemble des acteurs humains d'aide à la création d'entreprise – au point que le dossier mérite lui aussi d'être considéré comme faisant partie du collectif entrepreneurial. Pour autant, il convient de distinguer les modes d'action respectifs de ces deux types de contributeurs. Le caractère matériel du dossier ACCRE lui confère en effet des propriétés spécifiques. D'abord, cet « instrument d'action publique » (Lascoumes et Le Galès, 2004) reste entre les mains du porteur de projet tout au long du parcours de création. L'État parvient ainsi, grâce à lui, à rester aux côtés de cette personne et à guider ses activités de manière plus constante que par le seul biais de son dispositif d'accompagnement humain. Ce dernier permet en effet un suivi plus adapté de chaque projet, mais sa fréquentation n'est pas obligatoire. Ensuite, en tant que format unique imposé à tous les projets, le dossier ACCRE facilite leur comparaison et favorise le développement de routines d'analyse et de conseil de la part des professionnels de la création d'entreprise. Il contribue ainsi à homogénéiser les formes du travail et des collectifs entrepreneuriaux. Enfin, construit en collaboration entre l'État et les professionnels de la création d'entreprise (*via* l'Agence Pour la Création d'Entreprises), le dossier ACCRE constitue un outil hybride, susceptible d'être utilisé comme formulaire administratif par les agents de la DDTE autant que comme *business plan* par les experts-comptables ou comme guide de la création

d'entreprise par les porteurs de projet. Ce format partagé permet au dossier de circuler entre les acteurs hétérogènes de la création d'entreprise, et de servir ainsi de véhicule matériel au collectif entrepreneurial.

... à figure individuelle

La figure de l'entrepreneur individuel semble se dissoudre dans le caractère collectif du travail entrepreneurial et de la nouvelle entreprise qui en résulte. C'est pourtant bien à des figures individuelles que sont identifiés, sur les scènes où ils entrent en jeu, ces deux collectifs, qui se présentent l'un comme un actant, l'autre comme un acteur, *i.e.* comme un « projet » et son « porteur ». Aussi collectives que soient ses formes, l'entrepreneur ne cesse de présenter une figure individuelle.

Une fois rempli, et même si ce n'est encore parfois que de manière temporaire, le rôle du dossier ACCRE change en effet radicalement, pour incarner la nouvelle entreprise sous une forme stabilisée. Dès la première question, le dossier complet cesse en effet de porter les traces des hésitations sur lesquelles il s'est construit : « *Votre projet : présentez de façon concise et précise votre activité* ». Et cela se prolonge jusqu'à la dernière ligne, celle de l'équilibre comptable unique que propose le compte de résultats prévisionnels. Le projet prend, dans le dossier rempli, la forme d'un *plan*, qui impose une « clôture du jugement » sur les options possibles (Thévenot, 1995). À la multiplicité des choix envisagés de manière expérimentale au cours du processus de création se substitue ainsi un tout cohérent, dont disparaît la part de travail collectif qu'il incorpore. Le dossier peut ainsi *in fine* être traduit en une simple « fiche navette », qui se réduit à un tableau de financement de la nouvelle entreprise précédé de l'indication de l'activité qui sera la sienne, et qui sert de point de départ aux débats, dans le « comité ACCRE » de la DDTE, sur l'attribution de l'aide. En fin de parcours entrepreneurial, la nouvelle entreprise a par ailleurs été constituée : elle est désignée de manière univoque par un nom, et bénéficie du statut de personne morale enregistrée auprès du RCS – démarche nécessaire à la demande de l'ACCRE.

Si le dossier incarne alors l'entreprise auprès de chacun des membres de ces collectifs (certains, tels que les membres du « comité ACCRE » qui octroie les aide, n'ont d'ailleurs accès qu'à lui), il contribue par ailleurs à donner une figure à son porteur. D'une part, si l'on suit Thévenot, le plan représente une « forme consolidée de l'intention » ; il confère donc à l'action collective, en la rendant imputable à une source unique, les dehors de l'action individuelle. D'autre part, c'est le contenu même du dossier qui construit la représentation de cette source individuelle de l'action.

« EXPERIENCE : Vous devez préciser les différents éléments de votre formation professionnelle antérieure. Une expérience, même très éloignée de votre projet, peut être intéressante à signaler, car vous avez peut-être mis en œuvre des compétences utiles à votre projet. »

Formulaire ACCRE, p. 4

Le dossier impose une mise en cohérence des biographies du porteur de projet et du dirigeant de la future entreprise, c'est-à-dire un alignement du parcours professionnel présenté et des « compétences » qui devront être mobilisées lorsque celle-ci sera en activité. C'est une biographie d'entrepreneur individuel qui se construit ainsi, comme cela apparaît nettement dans les projets élaborés par un entrepreneur collectif au sens habituel du terme – *i.e.* comptant plusieurs associés. On y observe en effet une addition systématique des compétences professionnelles complémentaires des différents associés, sans que leurs personnes ne soient distinguées sur le papier – au point qu'elles ne constituent plus pour le lecteur du dossier qu'un unique individu polyvalent.

En dehors du dossier, et avant même que le remplissage de celui-ci ne soit achevé, les acteurs qui gravitent autour de la création d'une entreprise associent toujours celle-ci au « porteur du projet ». Cela tient à plusieurs raisons.

Conseillère : *C'est pas mal déjà votre truc. L'expert-comptable, ceci étant, c'est un expert, mais il ne sait pas tout. C'est votre entreprise. À vous de vous renseigner, faire les démarches, réfléchir.*
Projet de vente aux restaurants de livrets de coloriage pour enfants (Observation d'entretien de suivi individuel, CCI)

Le porteur de projet occupe une position spécifique au sein du collectif entrepreneurial ; il est bien au centre d'un « trou structural » qui lui donne accès à l'ensemble des informations relatives au travail qui est en train d'être accompli, quand aucun autre membre de ce collectif, aussi « expert » soit-il dans son domaine, ne « sait tout ». S'appuyant sur le dossier ACCRE qu'il fait circuler entre eux, le porteur de projet est ainsi seul à pouvoir assurer la bonne coordination, autour des spécificités de son projet, des différentes personnes qui participent au travail entrepreneurial. Pour autant, une fois ce travail achevé, le projet gagne en publicité et s'autonomise par rapport à son porteur, qui devient substituable par un autre, ce dont témoigne le souci constant du secret chez les porteurs de projet. Pourquoi, alors, le projet continue-t-il d'être associé à un porteur donné ?

Porteur de projet : *Il y a la question des VRP ensuite... Moi en plus je ne suis pas un super commercial... C'est qu'il faut se faire connaître et...*

Conseillère : *Oui, mais c'est votre idée. Qui mieux que vous pourra la vendre auprès des restaurateurs ?*
Ibid.

Le fait d'avoir l'initiative du projet compte ici seulement par ce que cela constitue un gage de responsabilité vis-à-vis des futurs clients : le projet sera mieux vendu – même si son porteur n'est pas un « *super commercial* » – s'il est porté par une personne qui en assume la responsabilité, ici en termes de qualité du produit. Ce sont dans tous les cas les acteurs invités à participer aux collectifs entrepreneurial ou d'entreprise qui, au moment de s'engager, exigent le « portage » de celui-ci par une personne endossant la responsabilité du projet.

Une fois que l'entreprise existe comme personne morale légalement responsable, ce phénomène peut être réduit dans la relation entre l'entreprise et ses clients. Mais on continue néanmoins de l'observer avec les acteurs dont la relation à l'entreprise est plus durable, et qui ont par conséquent le souci du risque de défaut de paiement. Ainsi en est-il notamment des financeurs de l'entreprise.

« Allez voir votre propre banquier : il connaît vos comptes personnels, vos compétences. Le projet, c'est d'abord la personne. (...) N'oubliez jamais que le montant du capital social c'est la somme que les associés sont prêts à perdre ; or la force de l'implication personnelle est très importante pour les financeurs. (...) La caution aussi a une utilité. Aujourd'hui, ce n'est plus un chèque en blanc fait à votre créancier. Dans vos projets, l'apport est le plus souvent limité. Mais si on vous accompagne, c'est parce que c'est vous, pas parce que la rayure du plan financier est bleue ou rouge. Donc la caution permet de rapprocher le banquier du créateur. C'est un engagement du créateur. »

Directeur d'agence bancaire (Observation d'un stage de formation à la création d'entreprise, CCI)

La responsabilité du porteur de projet est, dans ce cas, définie en termes financiers, à travers les garanties que constituent le capital social investi dans l'entreprise et les éventuelles cautions exigées. D'autres formes d'engagement sont par ailleurs demandées au porteur du projet, et ce même par les acteurs qui ne sont pas directement intéressés économiquement à l'entreprise ou au travail entrepreneurial, tels que les proches du créateur, ou l'État lui-même, qui accorde l'ACCRE sans aucune contrepartie postérieure.

« On essaie juste d'éviter que les gens se mettent dans des situations trop difficiles. »

Directeur-adjoint de la DDTE (Entretien)

L'octroi de l'ACCRE, politique d'aide à la création d'entreprise, repose sur une évaluation administrative et économique du dossier, mais ce dispositif d'aide n'en demeure pas moins une politique sociale à destination, non d'entreprises, mais de personnes, qu'il s'agit d'extraire d'une situation de chômage. La personnalisation des projets est ainsi consubstantielle à la mesure, qui exige des porteurs de projet – ces « créateurs d'entreprises » que les conseillères de la CCI désignent entre elles comme leurs « créatures » – ce que l'on peut désigner comme une « responsabilité sociale » : celle de s'extraire de leur situation.

Si l'entrepreneur prend la forme individuelle repérée par Schumpeter, ce n'est donc ici qu'en réponse à une attribution de responsabilité effectuée, pour des raisons variées, par les multiples acteurs que sollicite le porteur de projet au cours du travail entrepreneurial. On rejoint ici, à une nuance près, l'analyse de Knight. La fonction du *porteur* de projet, identifié comme « l'entrepreneur », consiste à « porter l'incertitude » (« *uncertainty-bearing* ») vis-à-vis des autres personnes impliquées dans l'entreprise, qui se contentent de participer à « l'exécution effective de ses activités ». Pour Knight, cependant, c'est la capacité à réduire, par un « travail d'anticipation », l'incertitude du monde économique et à la transformer en risque qui permet au porteur de projet d'engager ces personnes *sur plans*. Ces « plans effectifs » ne sont jamais des « plans parfaits », et le porteur de projet est celui qui doit assumer les conséquences de ce décalage. C'est cela qui explique le phénomène de « céphalisation » de la fonction entrepreneuriale, sa concentration en un unique centre névralgique. Dans les cas de création d'entreprise observés ici, les ressorts de cette concentration demandent cependant à être distingués de ceux que Knight met en valeur. L'intelligence de l'univers économique s'avère en effet distribuée entre de nombreux acteurs au cours du processus entrepreneurial, si bien qu'il semble difficile de renvoyer l'émergence d'une figure individuelle de l'entrepreneur à la concentration de ses facultés cognitives en la personne du porteur de projet. C'est au contraire de la pluralité des acteurs impliqués, *via* la demande de responsabilité qu'ils exercent, que naît l'individu entrepreneur.

CONCLUSION : L'ENTREPRENEUR SCHUMPETÉRIEN PERFORMÉ

La figure de l'entrepreneur schumpetérien – doté d'une « nouvelle combinaison » marchande et d'une personnalité de *leader* – est invalidée dans un premier temps, auprès des chômeurs créateurs d'entreprises, par l'analyse des activités pratiques sur lesquelles repose l'intervention de l'entrepreneur dans l'espace marchand. La nouvelle combinaison reste longtemps indéfinie au cours du processus de création d'entreprise : elle demande un travail relationnel au résultat longtemps incertain du fait des difficultés posées par la mobilisation des ressources nécessaires à l'entreprise et leur articulation. Et le porteur de projet ne mérite pas à lui seul le terme d'entrepreneur, puisque le travail de celui-ci est l'œuvre d'acteurs et d'actants multiples rassemblés dans un véritable collectif entrepreneurial.

Ce travail s'exerce cependant dans un cadre dont l'explicitation permet, dans un second temps, de rendre une part de sa pertinence à l'analyse schumpetérienne. D'une part, si la nouvelle entreprise n'est pas le produit d'une intuition individuelle, sa construction repose sur le recours à des dispositifs de mise en relation de l'entrepreneur avec les diverses ressources dont il peut avoir besoin, et d'articulation de ces ressources en un tout cohérent en termes productifs, commerciaux et comptables. Il convient donc bien de considérer la contribution de l'entrepreneur au marché comme celle d'une « combinaison » qui, sans être radicalement innovante, s'avère originale. D'autre part, les membres du collectif entrepreneurial et les nombreux acteurs sollicités pour s'engager dans la future entreprise exigent, pour des raisons hétérogènes, des contreparties à leur engagement. Ils attribuent de ce fait la responsabilité du projet à son porteur, qui accède ainsi au statut de *leader*.

L'entrepreneur schumpetérien apparaît donc comme la figure performée (Callon, 1998) *in extremis* d'un entrepreneur précédemment travailleur, collectif et outillé. Si cela tient bien, paradoxalement, au caractère très encadré des créations d'entreprises observées, il est probable que ce même constat puisse être réalisé auprès de créateurs d'entreprises dites « innovantes », qui bénéficient eux aussi d'un dispositif de soutien particulièrement étoffé. Mais on s'étonnera sans doute moins de trouver là des entrepreneurs schumpetériens.

RÉFÉRENCES

- Aucouturier, A.-L., 1998. Évaluation des politiques d'emploi et action publique : l'exemple de l'aide aux chômeurs créateurs d'entreprise. Thèse de l'Université Paris 10, Nanterre.
- Barrey, S., 2006, Formation et calcul des prix : le travail de tarification dans la grande distribution alimentaire. *Sociologie du Travail*, 48 (2), 142-158.
- Baumol, W. J., 1968. Entrepreneurship in Economic Theory, *American Economic Review*, 58, 893-921.
- Berry, M., 1983. Une technologie invisible ? L'impact des instruments de gestion sur l'évolution des systèmes humains. Éditions Ecole Polytechnique, Paris.
- Burt, R., 2000 [1993]. The Network Entrepreneur. In : Swedberg R. (dir.), *Entrepreneurship. The Social Science View*. Oxford University Press, Oxford. pp. 281-307.
- Callon, M., 1998. *The Laws of the Markets*. Blackwell, Oxford.
- Chell, E., 1991. The Search for Entrepreneurial Traits. In : Chell E. (dir.) *The Entrepreneurial Personality*. Routledge, London, pp. 29-53.
- Cochoy, F., Dubuisson, S., 2000. Les professionnels du marché : vers une théorie sociologique du travail marchand. *Sociologie du Travail*, 42, 359-368.
- Fabre, V., 2006. En 2005, les créations d'entreprises se maintiennent à un haut niveau. INSEE Première n° 1063, janvier, 4 p.
- Goody, J., 1979 [1977], *La raison graphique*. Éditions de Minuit, Paris.
- Granovetter, M., 1995. The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs. In : Portes, A. (ed.), *The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. Russel Sage Foundation, New York, pp. 244-278.
- Jarillo, C., Stevenson, H., 1990. A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.
- Joas, H., 1999 [1992]. *La créativité de l'agir*. Éditions du Cerf, Paris.
- Karpik, L., 1996. Dispositifs de confiance et engagements crédibles. *Sociologie du Travail*, 4, 527-550.
- Keynes, J. M., 1982 [1936]. *Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*. Payot, Paris.
- Kirzner, I. M., 1979. *Perception, Opportunity, and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*. University of Chicago Press, Chicago.
- Knight, F. H., 1921. *Risk, Uncertainty and Profit*. Harper Torchbooks, New-York.
- Lascoumes, P., Le Galès, P., 2004. *Gouverner par les instruments*. Presses FNSP, Paris.
- Latour, B., 1992. *Aramis, ou l'amour des techniques*. La Découverte, Paris.
- Martinelli, A., 1994. Entrepreneurship and Management. In : Smelser, N. J., Swerdberg, R., *The Handbook of Economic Sociology*. Sage, New-York, pp. 476-503.
- Moss Kanter, R., 1988. When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organization. *Research in Organizational Behaviour*, 10, 69-211.
- Norman, D. A., 1993. Les artefacts cognitifs. *Raisons Pratiques* 4, pp. 15-34.
- Schumpeter, J. A., 1911. *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge (Mass.).
- Swedberg, R. (ed.), 2000. *Entrepreneurship. The Social Science View*. Oxford University Press, Oxford.
- Terressac, G. de, 2002. *Le travail : une aventure collective*. Octarès Éditions, Toulouse.

- Thévenot, L., 1986. Les investissements de forme. In : Thévenot, L. (ed.), Conventions économiques. Cahiers du Centre d'Étude de l'Emploi, Paris, pp. 21-71.
- Thévenot, L., 1995. L'action en plan. Sociologie du travail, 37 (3), 411-434.
- Thornton, P., 1999. The Sociology of Entrepreneurship. Annual Review of Sociology, 25, 19-46.
- White, H., 1981. Where do markets come from ? American Journal of Sociology, 87 (3), 517-547.
- Williamson, O. E., 1986. Economic Organization: Firms, Markets and Policy Control. New-York University Press, New-York.
- Zalio, P.-P., 2004. L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues. Entreprises et Histoire, 35, 16-30.