

CAHIERS DU LAB.RII

- DOCUMENTS DE TRAVAIL -

N°244

Septembre 2011



**LA CREATION DE TRES
PETITES ENTREPRISES,
TERRITOIRE ET RELATIONS
SOCIALES. ENQUETE DANS
LA REGION DU NORD-PAS DE
CALAIS (FRANCE)**

Sophie BOUTILLIER
Godefroy KIZABA

**LA CREATION DE TRES PETITES ENTREPRISES, TERRITOIRE ET
RELATIONS SOCIALES. ENQUETE DANS LA REGION DU NORD-PAS DE
CALAIS (FRANCE)**

**CREATION OF VERY SMALL ENTERPRISES, TERRITORY AND SOCIAL
RELATIONSHIPS
CASE STUDY IN NORD-PAS DE CALAIS (FRANCE)**

**Sophie BOUTILLIER
Godefroy KIZABA**

Résumé : l'objectif de cet article est de présenter les résultats d'une enquête qui a été réalisée en 2009 auprès de futurs entrepreneurs, en stage à la Chambre des métiers du Nord - Pas de Calais, afin d'identifier leur profil (âge, sexe, études, expérience professionnelle, etc.), leurs ressources (en connaissances, capital et relations sociales ou potentiel de ressources) qu'ils valorisent pour réaliser leur projet et leurs motivations (innovation, chômage, etc.). La dimension territoriale est importante car ces futurs entrepreneurs sont les acteurs d'un territoire qui se caractérise par un faible dynamisme entrepreneurial. Ils créent une entreprise dans le NPC parce qu'ils y vivent, pour y créer leur emploi.

Abstract: The aim of this article is to present the results of a case study undertaken in the Nord-Pas de Calais region in northern France in 2009. We interviewed future entrepreneurs, during their training period at the Chamber of Trade, to identify their profile (age, gender, education, professional activity, their resources (in knowledge, capital and social relations, or their resource potential) and their motivations (innovation or unemployment). The territory played an important role in this study, being characterized by low entrepreneurial dynamics. These future entrepreneurs are creating their own businesses in the Nord-Pas de Calais because they live here and have no other employment.

**LA CREATION DE TRES PETITES ENTREPRISES, TERRITOIRE ET
RELATIONS SOCIALES. ENQUETE DANS LA REGION DU NORD-PAS DE
CALAIS (FRANCE)**

**CREATION OF VERY SMALL ENTERPRISES, TERRITORY AND SOCIAL
RELATIONSHIPS
CASE STUDY IN NORD-PAS DE CALAIS (FRANCE)**

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	4
1. FONDEMENTS THEORIQUES DE L'ETUDE	5
1.1. L'entrepreneur et territoire entre changement et routine	5
1.2. La localisation de l'entreprise : réseaux sociaux et localisation du domicile	10
1.3. Le potentiel de ressources de l'entrepreneur	12
2. PRESENTATION DES RESULTATS	14
2.1. Le profil de l'entrepreneur	14
2.1.1. Des hommes âgés entre 20 et 60 ans encadrés dans un réseau social territorialisé	14
2.1.2. Une expérience professionnelle à défaut d'une formation technique	15
2.1.3. Peu d'héritiers	16
2.1.4. Créer son propre emploi	17
2.2. L'entreprise en devenir	17
2.2.1. Le secteur d'activité : du bâtiment aux services de proximité	17
2.2.2. Le financement de la création : des montages parfois complexe	18
2.2.3. Les motivations	18
CONCLUSION	20
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	21

INTRODUCTION

Ce texte présente le résultat d'une enquête réalisée entre février et septembre 2009 dans la région du Nord / Pas de Calais (avec le soutien des Chambres de métiers et de l'Institut Supérieur des Métiers de Paris). Plus de 560 « nouveaux inscrits » ont été interrogés afin de déterminer : le profil de créateur (âge, sexe, origine sociale, cursus scolaire, lieu de naissance, expérience professionnelle) ; les caractéristiques de l'entreprise créée (secteur d'activité, type de création, nombre de salariés...) ; les modalités de financement (apport personnel, aide de l'Etat, de la famille, etc.) ; les déterminants de leur engagement, ainsi que le processus d'accompagnement. Ces « nouveaux inscrits » sont en phase de création d'une entreprise artisanale¹ (Boutillier, David et Fourier, 2009dir). Ce stage, d'une durée de cinq jours n'est obligatoire que pour les non diplômés et ne les engage pas de façon ferme. Son objectif premier est de l'informer sur ce que sera sa future activité.

A l'heure de la société entrepreneuriale (Audretsch, 2007), l'emploi à vie dans la même entreprise a été remis en question. La flexibilité de l'emploi est devenue la norme de fonctionnement du marché de l'emploi. Il faut accepter de passer d'un emploi à un autre, du salariat à l'entrepreneuriat, et inversement. Cette société est aussi appréhendée comme particulièrement créative et innovante. La création d'entreprise est encadrée par des politiques publiques d'aide pour soutenir l'entrepreneur (conseils, aides financières, préparation du dossier, etc.). En France, les premiers textes sont apparus au début des années 1980. Depuis le début des années 2000, le cadre institutionnel visant à soutenir la création d'entreprise s'est considérablement enrichi avec notamment la loi d'initiative économique en 2003 puis plus récemment la loi sur l'auto-entrepreneur (qui n'a pas été prise en considération dans la présente enquête).

Le territoire dans lequel les individus sont amenés à créer leur entreprise présente un ensemble de caractéristiques (Boutillier et Kizaba, 2011). La région du Nord/ Pas de Calais (NPC) a été parmi les régions pionnières de la révolution industrielle au début du 19^{ème} siècle grâce notamment à ses importantes ressources houillères. Depuis le début des années 1980, elle est en quête d'un nouveau modèle de développement en cherchant à promouvoir notamment la création d'entreprises, en premier lieu dans les services et les activités de hautes technologies. Cependant, à l'heure actuelle le NPC affiche parmi les résultats économiques et sociaux les plus faibles au niveau national. D'un autre côté, à l'image d'autres régions françaises, la création d'entreprise dans le NPC est motivée non pas par l'innovation, mais plus prosaïquement par la volonté de créer son propre emploi. C'est cette réalité économique et sociale que nous avons essayé d'approcher dans le cadre de l'enquête menée en interrogeant des candidats à la création d'une entreprise artisanale. Ce sont des individus qui s'appêtent à créer une entreprise et qui sont donc amenés à suivre un stage pour se préparer à leur future fonction d'entrepreneur. Ce sont des individus majoritairement peu ou pas diplômés et sont amenés à créer par nécessité.

¹ L'artisanat regroupe à l'heure actuelle en France 510 activités différentes (boucherie, coiffure, menuiserie, électricité, boulangerie, métiers du bâtiment, réparation automobile, etc.). Une entreprise artisanale doit être enregistrée au répertoire des métiers. Pour ce faire, le chef d'entreprise doit suivre un stage de préparation à son installation. Par la même occasion, une entreprise artisanale ne peut employer plus de dix salariés. Au-delà de cet effectif, l'immatriculation est maintenue pour les personnes ayant la qualité d'artisan, d'artisan d'art ou de maître artisan.

Mais, quelles sont les ressources que ces individus mobilisent pour mener leur projet à terme ? Sur quels réseaux de relations sociales sont-ils susceptibles de s'appuyer ? Comment les organismes institutionnels d'accompagnement les assistent-ils ? Quelle peut être l'importance du lieu d'implantation de leur entreprise ? Nous avons laissé sous-entendre que le NPC est confronté à des difficultés économiques et sociales majeures et qu'elle affichait un faible dynamisme sur le plan entrepreneurial. Or, le territoire n'est pas neutre. Le fait de créer son entreprise dans un territoire peu dynamique sur le plan entrepreneurial a-t-il une influence sur les caractéristiques de l'entreprise à venir ? Quel est le profil de l'entrepreneur qui crée dans ces conditions ? Le territoire dans lequel l'entreprise est créée ne peut être réduit à ses seules dimensions administratives, économiques et géographiques, en d'autres termes à des caractéristiques objectivés, mesurables. Il comporte aussi une dimension subjective en fonction du vécu des résidents. C'est aussi l'espace géographique où les individus construisent au cours du temps un réseau de relations sociales de proximité. Le territoire d'implantation de l'entreprise est ainsi perçu comme l'espace dans lequel l'individu valorise son réseau de relations sociales, dans lequel il puise les ressources dont il a besoin pour créer son entreprise.

Le concept du potentiel de ressources (Boutillier, Uzunidis, 2010) sur lequel nous nous sommes appuyés pour mener ce travail d'investigation s'inscrit dans le cadre des réflexions relatives au capital social. Tout individu est ainsi doté d'un potentiel de ressources qui se compose de trois types de ressources (financières, cognitives et sociales), que l'individu mobilise en fonction des objectifs qu'il souhaite atteindre, dans un mouvement synergique avec le territoire dans lequel il est inséré, qui lui-même s'inscrit dans un contexte social déterminé (régime de propriété, valeurs sociales, rapports de concurrence, initiative individuelle, etc.). Ce potentiel de ressources peut être relativement pauvre, que ce soit en termes de ressources en connaissances, financières ou relationnelles. Insérés dans un territoire qui peine à assurer sa reconversion économique, ces entrepreneurs en devenir (incertain) sont conduits dans leur grande majorité à créer une entreprise dans le NPC, non parce que cette région est attractive, mais simplement parce qu'ils y résident ou ils y sont nés (et parce qu'ils sont pour une partie d'entre eux en situation de chômage). Cet état de fait n'est pas exceptionnel. On le constate dans d'autres régions françaises ou dans d'autres pays (Gasse, 2002). Ces entrepreneurs s'appuient sur un réseau de relations sociales (familiales, amicales, de voisinage, professionnelles, etc.) qu'ils ont souvent construit depuis l'enfance, mais qui ne leur apportent que de faibles ressources, hypothéquant gravement la réussite potentielle de leur entreprise à venir. Nous présenterons dans un premier temps, le cadre général de notre étude, à la fois sur le plan théorique et contextuel (état de l'économie du NPC en général et de la dynamique entrepreneuriale), dans un second temps la recherche empirique et les principaux résultats.

1. FONDEMENTS THEORIQUES DE L'ETUDE

1.1. L'entrepreneur et territoire entre changement et routine

L'entrepreneur est appréhendé dans la théorie économique comme le moteur du changement économique et technique (Schumpeter, 1911, 1942). Depuis le début des années, les travaux de recherche en entrepreneuriat ont été multipliés (Landström, Lohrke, 2010dir) dans des proportions considérables mettant en avant non un entrepreneur révolutionnaire, mais au contraire routinier pour qui la création d'entreprise ne correspond pas forcément à un choix

positif, mais plutôt à une contrainte (notamment le chômage). L'entrepreneur du 21^{ème} siècle, outre les exceptions célèbres (Bill Gates, Steve Jobs, Marck Zuckerber, etc.), est plutôt un entrepreneur contraint, non innovant (Aldrich, Martinez, 2001), dont la trajectoire professionnelle oscille généralement entre l'emploi salarié et l'entrepreneuriat en fonction des opportunités et des contraintes. La société entrepreneuriale (Audretsch, 2007), qui a succédé à la société salariale (Castel, 1995) se caractérise par une très forte flexibilité de l'emploi salarié (multiplication des emplois précaires), mais c'est aussi une société beaucoup plus créative, grâce à l'émergence de nouvelles technologies et savoirs nouveaux.

Dans le même ordre d'idées, le concept de la ville entrepreneuriale de l'OCDE (OCDE, 2000 ; Levratto, Torres, 2010) entre dans le même cadre d'idée. Face au constat dressé par de nombreux maires de l'incapacité de l'Etat à résoudre le problème du chômage, nombre de pôles urbains ont cherché à créer un cadre institutionnel approprié à l'émergence d'activités nouvelles et d'entreprises. En 2011, Lille, la capitale du NPC, a été classé au 11^{ème} rang sur 37 villes européennes (derrière Lyon, mais devant Paris)². Ce classement repose sur la perception des entrepreneurs vis-à-vis des dispositifs sur les territoires avec leurs attentes et leurs niveaux de satisfaction³ (Levratto, Torres, 2010). Depuis le début des années 1990, la métropole lilloise a réalisé des efforts importants pour changer son image en devenant en 2004 « capitale européenne de la culture » (Liefoghe, 2010). Mais, d'autres agglomérations du NPC, se trouvent en revanche dans une situation économique précaire, en particulier Dunkerque qui se maintient dans ses choix industriels (Boutillier, Laperche, Uzunidis, 2011). Son expansion économique s'est poursuivie jusqu'aux années 1970, soutenue notamment par les industries textiles et sidérurgiques. Depuis les années 1980, cette région est en phase de restructuration, cherchant à la fois à changer son image de marque (cf. Lille capitale européenne de la culture en 2004) et à favoriser le développement de nouvelles activités économiques (de services notamment, mais aussi de haute technologie - cf. la création en 1986 de Villeneuve-d'Ascq Technopole dédiée à l'innovation et à la qualité) (Liefoghe, et ali, 2006). A l'image d'autres régions françaises, les autorités régionales (chambres de commerce, de métiers, Conseil général, Conseil régional, etc.) ont entrepris de favoriser la création d'entreprise (avec par exemple la création de « jecree.com »). Cependant, en dépit de ces efforts, elle se caractérise par un faible dynamisme entrepreneurial.

Le NPC, qui a joué un rôle pionnier en matière d'industrialisation de l'économie française, en raison de ses importantes ressources charbonnières, (exploitation minière, sidérurgie, métallurgie, chantiers navals notamment), a été pendant de nombreuses décennies une économie de grandes entreprises (Hardy-Hemery, 2001) et d'emploi salarié ouvrier. Elle a également été l'un des bastions du syndicalisme ouvrier à la fin du 19^{ème} siècle⁴. Aujourd'hui encore, pour bon nombre d'individus de la région, en particulier, ceux d'origine ouvrière, créer son entreprise, « c'est passer de l'autre côté », en d'autres termes du « côté des patrons... ».

La crise économique qui débute dès les années 1970 a contribué au démantèlement des grandes entreprises, pourtant à l'heure actuelle, dans le NPC, les entreprises sans salarié représentent environ 53% du nombre totale des entreprises, contre 57% pour la moyenne

² <http://www.ecer.fr/index.html>

³ Des entrepreneurs sont interrogés sur les 5 points suivants : accessibilité à la promotion de l'entrepreneuriat, accompagnement ante-crédation et post-crédation, financement, environnement (immobilier, qualité de vie, infrastructure, développement durable, formation).

⁴ Voir notamment la grève de Fourmies lors du 1^{er} mai 1891 dont l'issue fut très meurtrière.

nationale (Deroo et Stanislawski, 2009). En termes d'IDH et de PIB par tête, le NPC se situe à l'heure actuelle respectivement 22^{ème} et 21^{ème} sur 22 (Braconnier et *ali*, 2011, p.116). En 2010, le Nord / Pas de Calais est la région la plus pauvre de France avec un revenu par habitant de 18 930 euros (contre 25 060 euros pour la plus riche, la région Ile de France)⁵. Au regard de l'analyse économique ci-dessus présentée, la région ne dispose pas d'un humus entrepreneurial riche constitué par les échecs et les réussites des entrepreneurs des décennies passées. Ce type de changement ne peut s'opérer que sur plusieurs décennies car cela suppose la mise en place de routines nouvelles reposant sur des valeurs et des croyances étrangères au salariat reposant sur la prise de risque. Au début des années 2000, le NPC affichait un taux de création d'entreprises beaucoup plus faible que la moyenne nationale : moins de 8% contre plus de 9% pour l'ensemble du pays, selon l'INSEE. Mais, si le taux de création d'entreprises dans la région est actuellement comparable avec celui de la moyenne nationale, plaçant la région au 9^{ème} rang sur les 22 régions, pendant de nombreuses décennies le NPC a été la lanterne rouge de la création d'entreprises en France (Deroo, Stanislawski, 2009). Elle a par conséquent un retard important à combler.

Peu à peu la région a rattrapé son retard, mais il persiste. Tributaire d'un lourd passé industriel, la région du NPC est confrontée à des problèmes sociaux aigus peu médiatisés. Elle se situe en effet à la deuxième place au niveau national en termes de zones urbaines sensibles (ZES) avec 73 ZUS contre 157 dans la région parisienne sur un total national de 717 ZUS, soit 10,2% de la population nationale (contre 11,1% dans la région parisienne, pour une moyenne nationale de 6,8%) (Chevalier, Lebeauvin, 2010). Le développement économique du NPC s'est appuyé pendant plusieurs décennies sur l'emploi en nombre important de personnels peu qualifié dans le textile et la sidérurgie notamment. Depuis une dizaine d'années, elle a entrepris sa reconversion en favorisant le passage vers de nouvelles activités (construction automobiles, centres d'appels téléphoniques, vente à distance). Mais cette reconversion repose sur le même type d'emplois, peu qualifiés (Liagre, 2010). D'un autre côté, si en 2006, elle était la troisième région française d'accueil des capitaux étrangers, les activités de haut de gamme qui permettraient de la redynamiser ne sont pas suffisamment implantées sur le territoire.

La nouvelle économie géographique (Bellone et Maupertus, 2000 ; Crozet et Lafourcade, 2009) cherche à déterminer les critères de localisation des entreprises, mettant en avant des régions qui se caractérisent par un fort dynamisme économique et entrepreneurial. Trois grands déterminants sont généralement privilégiés : accès au marché, coûts de production (travail, capital, subventions diverses) et les externalités technologiques. Dans ce processus, l'entrepreneur joue, en règle générale, un rôle fondamental. Ainsi Baldwin et Krugman (2004) estiment que la création d'une nouvelle variété de biens différenciés nécessite l'emploi d'un entrepreneur dont la rémunération constitue un coût de production. Cet entrepreneur est parfaitement mobile (contrairement aux salariés peu qualifiés), d'où le nom de « footloose entrepreneur » (ou « entrepreneur libre ») donné à ce modèle. Chaque entrepreneur rejoint la région qui lui offre le niveau de revenu net d'impôt le plus élevé pour y créer une nouvelle variété de bien (Forslid et Ottaviano, 2003 ; Cardebat et Musson, 2010 ; Pflüger et Südekum, 2008). D'une manière générale, un lien étroit est établi entre le territoire, le dynamisme entrepreneurial et le développement économique (Audretsch et Feldma, 1996 ; Acs, 2002 ; Benko et Lipietz, 2000 ; Claval, 2008 ; Julien, 2004 ; Rallet et Torre, 2005 ; Veltz, 1993).

⁵ *Le Monde*, 3/04/2010.

Les raisons de la richesse des régions sont par conséquent multiples : positionnement géographique, histoire, ressources naturelles et humaines, présence de grandes entreprises innovantes, de centres de recherche et de petites entreprises innovantes. L'étude des clusters et autres pôles technologiques dans différentes parties du monde a mis en évidence les synergies qui opèrent entre milieux innovateurs et acteurs économiques (Laperche et Uzunidis, 2011 ; Zimmermann, 2008). Mais, le développement territorial ne se décrète pas. S'il semble assez facile ex post de mettre en avant les relations synergiques qui ont favorisé le développement d'un territoire donné, il nous paraît plus difficile d'identifier les blocages et freins. Les travaux traitant de la « dépendance de sentier » ont cependant permis des blocages susceptibles d'influer sur le développement d'un territoire. La notion d'encastrement social des institutions est en effet riche d'enseignements (Engstrand et Stam, 2002 ; Hassink, 2005, Laperche et Uzunidis, 2011).

Les blocages ne résident pas par exemple dans le manque de ressources naturelles, mais dans des structures sociales inadéquates qui favorisent une reproduction économique à l'identique. Les individus ne cherchent pas à innover. Ils reproduisent des comportements acquis. En combinant l'analyse du territoire et le concept de capital social, Bourdieu (1980), Coleman (1988) et Granovetter (2006), on peut montrer que le capital social peut dans certains cas avoir des effets négatifs en freinant le changement et en favorisant la conformité (Portes, Landolt, 1996). Un degré élevé d'encastrement social peut provoquer le déclin des régions (Grabher, 1993 ; Laperche et Uzunidis, 2011). La théorie évolutionniste (Nelson et Winter, 1982) n'est pas sans intérêt au regard de notre sujet d'investigation. Elle a en effet pour objet l'étude des comportements des agents économiques en fonction de processus d'apprentissage et de coordination en vertu de procédures de tâtonnement. Appliquée à l'étude des régions, on peut montrer que certaines régions auraient ainsi des difficultés pour s'orienter vers de nouvelles activités. Dans ces conditions, une région dont le développement économique s'est appuyé pendant plusieurs décennies sur la grande industrie et le salariat sera confrontée à d'importantes rigidités (des routines) pour assurer sa reconversion dans de nouvelles activités. Ces rigidités sont tant qu'économiques (en termes de ressources financières), en capital humain (ressources en savoirs et compétences) que culturel (du salariat à l'entrepreneuriat).

Dans le même ordre d'idées, les relations synergiques entre l'entrepreneur et le territoire (Marshall, 1890 ; Benko et Lipietz, 1992 ; Krugmann, 1993, 1997) ont également suscitées l'intérêt des géographes. Les tenants de la géographie économique évolutionniste ont ainsi montré que le territoire pouvait ne pas être innovant. Le développement économique d'un territoire peut être ralenti (voire bloqué) par des routines de diverses natures. L'histoire joue un rôle important (David, 1985 ; Laperche et Uzunidis, 2011), les événements passés ayant une influence importante sur la situation actuelle, créant une « dépendance de sentier ». Dans le cadre de ces travaux, les concepts de capital social et d'encastrement social développés en sociologie (Bourdieu, 1980 ; Coleman, 1988 ; Putman, 1993 ; Granovetter, 2006) ont été mobilisés pour étudier l'évolution des territoires. Ils soulignent que le capital social est susceptible d'avoir des effets négatifs en freinant le changement (Porter et Landolt, 1996 ; Laperche et Uzunidis, 2011). De plus, un degré élevé d'encastrement social peut provoquer le déclin des régions (Grabher, 1993).

Nombre d'études montrent que les individus ne créent pas une entreprise dans une région donnée parce que celle-ci se singularise par son dynamisme entrepreneurial ou parce qu'elle concentre des ressources importantes dans différents domaines, mais plus simplement parce qu'ils y sont nés ou encore ils y résident. Ce constat nous conduit à mettre l'accent sur des

facteurs économiques, démographiques et sociaux plus variés : poids des obligations familiales, coût et difficulté de la mobilité géographique, valorisation d'un réseau de relations sociales construit depuis l'enfance (relations de voisinage, professionnelles, amicales ou familiales) (Barthe, Beslay et Grossetti, 2008 ; Bourdeau-Lepage et Huriot, 2009 ; De Barros et Zalc, 2007 ; Moulaert et Mehmood, 2008 ; Reix, 2008). La proximité géographique s'inscrit dans une proximité cognitive et sociale, dans une proximité organisée par les individus eux-mêmes en fonction des objectifs qu'ils se sont donnés (Zimmermann, 2008). L'entrepreneur crée son entreprise sur le territoire où il dispose d'un réseau de relations sociales qu'il contrôle, contribuant du même coup à réduire l'incertitude propre à l'économie dans laquelle il est inséré.

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

Cependant, si, la théorie économique de l'entrepreneur (Schumpeter, 1911, 1942 ; Kirzner, 1973, 2005) attribue à l'entrepreneur un rôle central en matière d'innovation. Depuis ces théories fondatrices, l'acte de la création entrepreneuriale a largement été démystifié par des auteurs tels que Marck Casson (1982) qui ont mis l'accent sur les difficultés auxquelles le futur créateur pouvait être confronté (en particulier pour réunir l'information nécessaire à la réalisation de son projet), mais aussi et surtout en montrant le lien étroit entre entrepreneuriat et salariat (avoir été salarié avant de créer son entreprise constitue une expérience importante) et en cherchant à définir les raisons susceptibles de conduire un individu à créer son entreprise au-delà de l'innovation.

La réalité territoriale est pluridimensionnelle. Elle est à la fois objective en fonction de critères géographiques, administratifs ou économiques, mais aussi subjective en fonction du vécu des individus qui le peuple (tableau 1). Cette donnée subjective est par nature difficile à appréhender. Nous avons cherché à appréhender cette réalité par le biais du concept du potentiel de ressources, que nous avons construit à partir du concept de capital social, conçu comme une ressource que les individus possèdent et valorisent pour mener à bien leur projet économique. Mais, ce potentiel de ressources n'est pas une donnée naturelle. Il est le produit d'une interaction entre l'individu et l'environnement économique et social dans lequel il est inséré (voir point 1.3).

Tableau 1 : Les différentes réalités du territoire

Le territoire comme :	Caractéristiques majeures
Un ensemble de ressources économiques	Ressources humaines, en capital et institutionnelles
Une entité géographico-administrative	Espace d'exercice de l'autorité administrative
Une entité subjective	Un espace vécu et perçu de manière spécifique par les individus qui y résident en fonction de leur histoire

Source : Boutillier, Kizaba, 2011.

1.2. La localisation de l'entreprise : réseaux sociaux et localisation du domicile

Si l'analyse de Casson (1982) est intéressante quant au lien entre salariat et entrepreneuriat, elle ne prend pas en considération la dimension territoriale de la création d'entreprise. Pionnier de la recherche en économie territoriale, Marshall s'interroge sur le maintien de petites boutiques dans des quartiers pauvres des grandes villes des pays industriels où l'économie de ces derniers est structurée par des grandes entreprises. Comment expliquer ce phénomène en apparence non rationnel alors que ces commerces sont destinés à une population peu solvable ? Marshall met l'accent sur la faiblesse du coût du service et sur l'organisation familiale. Ce commerce peut être tenu par un couple. « La femme ne perd pas son temps dans la boutique ; mais elle s'occupe de son ménage jusqu'à ce qu'elle soit appelée par la clochette de la boutique. Il est probable que cette raison d'être des petites boutiques durera encore longtemps (Marshall, tome 2, 1934, page 653). C'est une organisation flexible : « lorsqu'un besoin soudain et inattendu surgit, il est facile d'envoyer un enfant à la boutique voisine ». Les achats se font en petites quantités compte tenu de faibles ressources de la clientèle. Or, le stock de l'entreprise est tout aussi faible, car le courant de ses affaires lui permet automatiquement de sonder leurs caractères et leurs besoins. Ces petites entreprises font aussi office de banque en faisant crédit à des voisins plus pauvres. Les aides sont accordées à « des conditions bien plus douces que quiconque ne pourrait le faire, sauf en matière de charité » (Marshall, tome 2, 1934, page 655). Le petit commerce peut par conséquent exister en dépit de l'existence des grands magasins pour des raisons économiques et sociales. Il constitue pour nombre d'individus un moyen d'insertion dans le marché du travail.

Dans un contexte d'incertitude généralisée, marqué par un fort ralentissement de la croissance économique, les critères de localisation des petites entreprises (voire des très petites entreprises) sont d'abord fonction de la proximité du domicile de l'entrepreneur. C'est ce que montre l'enquête SINE de l'INSEE. Le domicile constitue une espèce de nœuds de relations sociales de proximité (familiales, voisinages, amicales, etc.). Cette observation est également constatée dans d'autres pays, comme le Canada (Gasse, 2002).

Les réseaux sociaux des entrepreneurs sont ainsi, pour une large part, locaux et s'appuient généralement sur l'échelle d'une agglomération (Grossetti et Bes, 2001). « En choisissant d'entreprendre là où leurs réseaux de relations (professionnels, familiaux, amicaux) sont les plus denses, les créateurs d'entreprises optimisent les ressources qu'ils peuvent retirer pour mener à bien leur projet entrepreneurial » (Reix, 2008, page 31) ; en d'autres termes l'encastrement territorial se confond avec un encastrement relationnel. L'analyse de Reix

relative à la création d'entreprises dans la région Aquitaine est riche d'enseignements à ce sujet. Il montre que (a) l'encastrement relationnel ne repose pas sur de simples relations issues du passé ; et (b) l'encastrement relationnel consiste en un travail de production, de réactivation ou d'entretien des relations au cours duquel l'acteur sélectionne dans ses différentes relations les ressources nécessaires à la création d'entreprises. Il en conclut que « la notion d'encastrement peut être perçue à la fois comme un processus dynamique d'ancrage géographique et une façon de mobiliser et de construire des ressources relationnelles ». L'entrepreneur construit ainsi un « capital social local » car la création d'une entreprise nécessite d'avoir accès à un grand nombre de ressources (Reix, 2008 ; Plociniczak, 2003). Les personnes interrogées ont majoritairement choisi de créer dans un territoire connu parce qu'ils y ont établi depuis plusieurs années un réseau de relations sociales. Ce constat nous conduit à évoquer la question de la proximité qui ne peut être réduite à une dimension spatiale et/ou géographique. La proximité peut être temporelle ou encore relative au degré de parenté. On peut aussi mettre l'accent sur l'idée de ressemblance (Bourdeau-Lepage et Huriot, 2009, page 236). Mais, l'évaluation numérique de la ressemblance peut être désignée par le terme de distance.

Deux éléments identiques (d'après le critère choisi) sont ainsi à une distance nulle l'un de l'autre. Pourtant, la distance ne s'exprime pas seulement par unités de longueur, mais également en temps, en désagrément ou en une combinaison des deux critères. Une distance n'est donc pas nécessairement géographique, elle peut être une représentation mentale ou sociale (écart de revenu ou de statut professionnel entre des individus) ou encore social ou culturel (niveau d'éducation, croyances ou pratiques économiques (Bourdeau-Lepage, Huriot, 2009, page 236). Le territoire est une entité complexe qui peut être appréhendé de multiples façons. C'est une notion abstraite au regard de l'individu en fonction de son vécu, de ses repères économiques, sociaux et culturels. Mais, sur le plan macroéconomique, un territoire peut être appréhendé comme un ensemble de ressources. Ainsi, certaines ressources nécessaires à l'activité des entreprises se distinguent par leur faible mobilité géographique et se trouvent attachées au territoire où elles se situent. Le capital est ainsi très mobile (du moins pour ce qui concerne les grandes entreprises) alors que le travail est attaché à un territoire donné. La faible mobilité des petites entreprises (et surtout des très petites entreprises) les rend particulièrement dépendantes de l'offre de ressources locales (Moati, Mazars et Pouquet, 2006, page 63).

Dans ce contexte, la famille et les proches de l'entrepreneur sont susceptibles de jouer un rôle important, puisqu'ils font partie du réseau de relations sociales de l'individu. Cependant, l'entrepreneur dont il est question ici est rarement issu d'une famille d'entrepreneurs, mais d'un milieu modeste d'ouvrier ou employé. L'aide de l'Etat vient fréquemment contrecarrer la faiblesse de l'aide (financière) familiale. Les structures d'accompagnement à la création (dans le cadre de notre enquête, les Chambres de métiers et de l'artisanat du NPC) contribuent à réduire la situation d'incertitude dans laquelle se trouvent les agents économiques. Lors de notre enquête une majorité de personnes interrogées a largement souligné que le stage de la Chambre des métiers leur était absolument indispensable pour remédier à la complexité d'une part des structures administratives relatives à la création d'entreprise, d'autre part pour se familiariser par les connaissances élémentaires en matière de gestion et de droit du travail notamment (en cas d'embauche d'un salarié).

1.3. Le potentiel de ressources de l'entrepreneur

Les recherches sur le capital social ont montré l'importance des facteurs non économiques sur l'activité économique. Les acteurs économiques mobilisent souvent des ressources autres qu'économiques pour accroître les chances de succès de leurs projets économiques, comme la création d'entreprises. Nous définissons le capital social dans le cadre de cette étude comme une ressource dont dispose les individus. Il est composé de liens formels (avec des institutions, par exemple une institution d'aide à la création d'entreprise) et informels (relations familiales, amicales, en bref des relations de confiance que l'on connaît personnellement). Ce réseau de relations sociales, de connaissances et d'inter-reconnaissance (Bourdieu, 1980) s'inscrit généralement dans un territoire donné. Or, les individus interrogés dans le cadre de cette enquête disposent d'un faible capital social où prédominent les liens informels. Dans quelle mesure le soutien d'une institution comme la Chambre des métiers peut-elle combler la faiblesse des liens informels ? En tant que réseaux de relations sociales, le capital social est une ressource permettant la collecte d'autres ressources (les connaissances et le financement) nécessaires à la réalisation d'un projet économique (en l'occurrence la création d'une entreprise). Mais, ces ressources sont elles-mêmes le produit de l'environnement économique et social dans lequel l'individu est inséré (par exemple acquisition de connaissances dans le cadre familial et scolaire).

L'entrepreneur est ainsi doté d'un potentiel de ressources (PR) qui se décompose en connaissances, ressources financières et ressources sociales (voir tableau ci-dessous). Le PR se décompose en trois parties : (1) les connaissances (scolarité primaire, études secondaires, formation professionnelle, expérience professionnelle, etc.) ; (2) les ressources financières (épargne propre, accès au crédit bancaire et à d'autres sources de financement, y compris les différentes formes d'aides publiques) ; (3) les relations (relations familiales, personnelles, professionnelles, institutionnelles, etc.). Ces trois parties sont interdépendantes. Tout individu est doté d'un potentiel de ressources qui est le produit d'une socialisation. L'individu qui valorise son potentiel par la création d'une entreprise est nommé entrepreneur. A sa fonction s'associe la prise de risque, d'où l'importance de la quantité et de la qualité de ressources qu'il détient en argent (capital financier), en savoir, connaissances et informations (capital humain) et en relations sociales (capital social) (tableau 2).

Tableau 2 : Le Potentiel de Ressources de l'entrepreneur

Potentiel de Ressources	Caractéristiques majeures
Connaissances (capital humain)	Connaissances tacites et de toutes natures acquises dans le cadre familial Connaissances scientifiques et techniques acquises pendant la scolarité Connaissances acquises par les rapports avec autrui
Ressources financières (capital financier)	Epargne propre Apports affectifs : parents, proches, etc. Crédit bancaire Aides financières institutionnelles (ex. aides directes de l'Etat) Apports financiers d'un autre entrepreneur
Relations sociales (capital social)	Relations informelles (famille, amis, voisinage, collègues, etc.) Relations formelles (Etat, banques, autres entreprises, centres de recherche, etc.)

Source : Boutillier et Uzunidis, 2009, page 22.

Le poids des réseaux informels est particulièrement important. Poursuivant l'inventaire des ressources nécessaires à la création d'entreprise, Casson (1982) met l'accent sur le rôle des réseaux de relations familiaux dont peut disposer tout entrepreneur effectif ou potentiel, et sur les modalités d'acquisition des connaissances. Il montre par ce biais que la création d'entreprise ne peut être réduite à ses seules dimensions économiques, mais qu'elle est insérée dans un contexte social donné :

(a) la fortune personnelle de l'entrepreneur est souvent insuffisante : les contacts informels avec la famille, les amis, les partenaires commerciaux sont importants pour collecter des capitaux, des contrats avec des intermédiaires financiers ;

(b) la collecte de l'information est difficile : en dehors de la famille, les clubs et les associations constituent les plus importantes institutions à but non lucratif grâce auxquelles les individus peuvent nouer des contacts et collecter l'information nécessaire au démarrage de leur entreprise ;

(c) le niveau d'instruction de l'entrepreneur est déterminant : les qualifications issues de l'instruction jouent un rôle très important pour passer outre les contraintes imposées par l'absence de fortune personnelle.

Mais, l'instruction que reçoit un individu est généralement fonction de son origine sociale. L'Etat par l'intermédiaire d'une politique éducative appropriée doit par conséquent veiller à homogénéiser le niveau d'éducation. Si Casson n'aborde pas cette question, il étudie les raisons conduisant à la création d'entreprise en ayant soin de replacer l'individu dans la société dans laquelle il est inséré. A ses yeux créer une entreprise parce qu'il n'y a pas d'emploi vacant ne constitue pas un gage de réussite future. Un individu qui considère qu'il est difficile de trouver un emploi dans une situation de concurrence, ou de conserver un emploi une fois qu'il l'aura obtenu, n'aura vraisemblablement pas les qualités personnelles requises pour réussir dans les affaires. Créer une entreprise parce que l'on refuse d'être placé sous le contrôle d'un supérieur ne constitue pas un gage de réussite car un individu qui ne supporte pas d'être employé ne sera vraisemblablement pas capable d'employer d'autres personnes, limitant ainsi très rapidement les possibilités de croissance de son entreprise. Il souligne également qu'avoir été salarié avant de créer son entreprise constitue un gage de réussite pour le futur car un entrepreneur sans expérience de salarié sera sérieusement pénalisé. Pour réussir, il est souhaitable de commencer comme salarié. Les salariés peuvent apprendre le métier de leur employeur, avant de s'y lancer. Ils peuvent mettre à profit l'expérience positive ou négative acquise dans l'entreprise de leur employeur. Il existe par conséquent un lien très étroit entre la condition de salarié et celle d'entrepreneur dans la mesure où la première peut constituer une espèce de tremplin pour devenir entrepreneur.

Le PR des personnes que nous avons interrogées est assez faible. Mais, les faiblesses constatées sur un type de ressource sont tout ou partie compensées par d'autres. Ainsi, la majorité des individus interrogés sont titulaires d'un diplôme professionnel (CAP ou BEP⁶). Une faible proportion est titulaire du baccalauréat (quelle qu'en soit la série, générale, technologique ou professionnelle). En revanche, une proportion importante d'individus peut s'enorgueillir d'une expérience professionnelle dans laquelle ils projettent de créer leur entreprise. Ces derniers ont été salariés dans le même secteur d'activité que celui dans lequel ils créent leur entreprise. L'expérience professionnelle est-elle suffisante pour combler le déficit en connaissances académiques ?

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

2. PRESENTATION DES RESULTATS

Entre janvier et mai 2009, 564 nouveaux inscrits aux Chambres de métiers et de l'artisanat du NPC ont été interviewés grâce au soutien institutionnel de l'Institut Supérieur des métiers de Paris (ISM) et des Chambres de métiers précitées. Ses nouveaux inscrits étaient en phase de création. Le stage pour créer dure cinq jours et n'est obligatoire que pour les nouveaux inscrits qui ne sont pas diplômés de l'enseignement supérieur. Ils ne forment pas un échantillon représentatif des créateurs d'entreprise artisanale dans la région du NPC⁷. En revanche, ils forment une espèce de « *lumpen capitalisme* » alors que la création d'entreprise est devenue depuis le début des années 1980, un instrument de lutte contre le chômage dans nombre de pays industrialisés et en développement. Ces formes d'auto-emplois ne sont pas un inédit historique, mais au contraire une constance que l'on peut observer depuis la période précapitaliste, pendant laquelle la survie des plus précaires repose sur des réseaux sociaux de crédit et sur la création de petites activités souvent en marge de la légalité (Fontaine, 2008).

Ces nouveaux inscrits ont été interrogés à partir d'un questionnaire qui a été élaboré de manière conjointe au cours des séminaires qui ont eu lieu à l'Université du Littoral (Dunkerque) entre des universitaires et des chefs d'entreprises artisanales dans le cadre du réseau « Artisanat@université ». Les entretiens (d'une durée de 15 à 30 minutes) ont eu lieu dans les locaux des chambres de commerce lorsque les « nouveaux inscrits » se présentaient pour suivre leur stage⁸. Les résultats ainsi collectés ont été traités grâce au logiciel Sphinx. Le questionnaire comporte trois parties : la première le profil de l'entrepreneur (âge, lieu de naissance, sexe, études, expérience professionnelle, réseaux de relations sociales); la deuxième l'entreprise (nombre de salariés, lieu d'implantation, secteur d'activité) et la troisième les motivations de la création d'entreprise (volonté d'indépendance, innovation, créer son emploi suite à un licenciement, exploiter une idée nouvelle, etc.) et les ressources mobilisées par l'entrepreneur pour atteindre son objectif (Baudequin et Brouillet, 2005). Comment des individus dotés d'un faible potentiel de ressources détectent-ils l'information dont ils ont besoin pour réaliser leur projet de création d'entreprise ? L'entrepreneur crée son entreprise dans un secteur d'activité qu'il connaît, généralement parce qu'il a dans le passé était salarié dans le même secteur d'activité ou bien encore (cas relativement rares dans le cadre de la présente étude) parce qu'il est issu d'une famille d'entrepreneurs dans le même secteur d'activité. Ces futurs créateurs sont pour une large part de la région du NPC, soit parce qu'ils y sont nés, soit parce qu'ils y résident (souvent les deux à la fois).

2.1. Le profil de l'entrepreneur

2.1.1. Des hommes âgés entre 20 et 60 ans encastés dans un réseau social territorialisé

73% des personnes interrogées sont des hommes. Ce pourcentage reflète les données nationales, mais aussi régionales. Le fait d'être un homme accroît significativement la probabilité d'être entrepreneur. Cette probabilité augmente avec l'âge jusqu'à un certain point (Colombier et Masclet, 2007, p.107). Quant aux femmes, elles se concentrent dans des secteurs d'activité bien précis tels que coiffure, esthétique, commerce d'article de mode, services esthétiques à domicile, etc.

⁷ Selon les données de la Chambre des métiers du Nord / Pas de Calais, environ 37 600 entreprises sont recensées dans le bâtiment (35,3%), les services (34,9%), la production (17,1%) et 12,7% dans l'alimentation.

⁸ Les entretiens ont été conduits par les chefs d'entreprise (qui ont aussi en charge des mandats «électoraux»), qui avaient aussi pour rôle d'expliquer les questions posées si cela s'avérait nécessaire.

Une large gamme d'âge est représentée : de 20 à 60 ans. La majorité des entrepreneurs (40%) est âgée entre 30 et 40 ans. 26% sont âgés entre 50 et 60 ans. En revanche, les plus jeunes (âgés de 20 à 30 ans) ne constituent que 17% de la population totale. Cette répartition est *a priori* conforme aux données nationales, puisque les plus jeunes se lancent rarement dans la création d'entreprise, leur diplôme en poche (manque d'expérience, de ressources financières et sociales).

La majorité des personnes interrogées créent leur entreprise dans la région, voire le département où elles sont nées. 55 % sont nées dans le département du Nord, et 74% ont créé leur entreprise dans ce département. 24% sont nées dans le département du Pas de Calais et 24% vont créer leur entreprise dans ce département. Les individus qui ne sont pas nés dans la région du Nord / Pas de Calais se répartissent dans deux grands groupes : soit la région parisienne (essentiellement le département de la Seine Saint Denis) et à l'étranger (Belgique, Afrique du Nord, Turquie et Vietnam). Pour ces derniers, s'ils ne sont pas nés dans le Nord / Pas de Calais, ils y résident. Ces immigrés étaient employés en tant que salariés dans les grandes entreprises industrielles de la région lilloise (tableau 3).

Tableau 3 : Créer une entreprise dans le département où on est né

Lieu de naissance	Lieu de création de l'entreprise
55% sont nés dans le département du Nord	74% vont créer leur entreprise dans le département du Nord
24% sont nés dans le département du Pas de Calais	24% vont créer leur entreprise dans le département du Pas de Calais
Une personne née dans la région parisienne (Seine Saint Denis)	Va créer son entreprise dans le département du Nord
Le solde est constitué par des personnes nées à l'étranger : Afrique du Nord, Belgique, Turquie et Vietnam	Va créer son entreprise dans le département du Nord

2.1.2. Une expérience professionnelle à défaut d'une formation technique

La majorité des personnes interrogées sont soit diplômés, soit disposent d'une expérience professionnelle dans le secteur d'activité dans lequel elles créent leur entreprise. 64% sont titulaires d'un diplôme professionnel (CAP⁹ ou BEP, parfois les deux). 29% sont titulaires d'un baccalauréat (technique ou professionnel, y compris « série général » parmi les plus jeunes). La proportion de diplômés est plus forte parmi les plus jeunes (les moins de 30 ans).

Six personnes sont titulaires d'un diplôme de niveau Bac + 3 (en règle générale une licence). Quelques-unes se distinguent par la possession de plusieurs diplômes (en général un CAP et un BEP¹⁰), mais certaines d'entre elles sont également titulaires d'un baccalauréat (généralement professionnel ou technique). Cependant, une tendance relativement nouvelle semble se dessiner : deux personnes titulaires d'un diplôme universitaire (bac + 4 ou + 5), sont également titulaires d'un CAP ou d'un BEP. Leur parcours est a priori des plus classiques : obtention d'un baccalauréat général puis études universitaires. Cependant dans un second temps, leur orientation professionnelle change : puisqu'elles préparent et obtiennent un CAP

⁹ CAP : certificat d'aptitudes professionnelles.

¹⁰ BEP : Brevet d'études professionnelles.

ou un BEP. Le secteur d'activité dans lequel elles créent leur entreprise est compatible avec le CAP ou BEP, non avec le diplôme universitaire.

Les personnes nées entre 1985 et 1989 représentent environ 17% de la population totale, mais plus 20% des titulaires du baccalauréat. En revanche, les personnes âgées nées entre 1950 et 1969 représentent près de 26% de la population interrogée, mais seulement 15% des titulaires du baccalauréat. Le reste est constitué par des personnes dont le parcours professionnel a été très sinueux. Il s'agit par exemple de personnes qui se sont déclarées non diplômées et qui se sont formées en travaillant (formation continue pendant leur activité salariée). Mais, nous comptons aussi des personnes titulaires d'un diplôme étranger (généralement équivalent au CAP ou BEP) ou encore de personnes titulaires d'un diplôme supérieur à la licence (bac + 4 ou Bac + 5), en nombre très réduit. Deux personnes ont aussi obtenu un diplôme d'études universitaires en validant leurs acquis professionnels. Les femmes sont relativement moins diplômées que les hommes. Mais, ce constat ne concerne que les femmes les plus âgées en raison de l'élévation du niveau général des diplômes.

91% des personnes interrogées ont été salariées avant de créer leur entreprise. Certaines mentionnent qu'elles ont été licenciées et cherchent à s'insérer professionnellement. On ne compte que 20 anciens entrepreneurs, tous nés à l'extérieur de la région du NPC. Il s'agit par exemple d'une personne née en Algérie en 1955 et qui a pour projet de s'établir en tant que boucher à Arras. Parmi les autres *serial entrepreneurs*, deux sont relativement âgés (né en 1956 et 1966). Le premier est titulaire d'un CAP en tapisserie d'ameublement et déclare en substance que c'est le chômage qui l'a amené à faire ce choix. Le deuxième (né en 1966) est également titulaire d'un CAP. Il exerce le métier de cuisinier. C'est également le chômage qui l'a conduit à créer son entreprise, mais il souligne qu'il souhaite travailler avec son épouse, être indépendant et qu'il a le goût d'entreprendre. Un autre est né en 1979 et est titulaire d'un Brevet professionnel. Il ne mentionne pas la perte de son emploi comme raison l'ayant amené à créer une nouvelle entreprise. Il met l'accent sur des valeurs positives (être indépendant, goût d'entreprendre, perspective d'augmenter ses revenus, nouvelle idée à exploiter) l'ayant conduit à entreprendre ce nouveau projet.

2.1.3. Peu d'héritiers

Une très faible proportion d'individus interrogés, soit 13%, est issue d'une famille d'entrepreneurs et a travaillé dans l'entreprise familiale. Pour plus de 81% des personnes interrogées, il s'agit d'une création pure. Parmi les 9 personnes qui ont pour projet une transmission, il s'agit pour la plupart de personnes issues d'une famille d'entrepreneurs. On compte aussi 15% de reprise. En créant leur entreprise, la plupart des personnes interrogées abordent un monde nouveau auquel elles n'ont pas été familiarisées au cours de leur enfance par un ensemble de pratiques et de modes de penser en rapport avec le monde de l'entreprise : comment gérer ? Comment organiser son affaire ? L'articulation particulière entre la vie professionnelle et la vie familiale, puisque l'emploi du temps de l'entreprise lui est généralement dicté par sa clientèle, d'où des journées de travail qui ne sont pas toujours compatibles avec la vie familiale, encore cet état de faits concerne un nombre croissant de salariés en raison du développement de la flexibilité de l'emploi.

30 personnes se sont déclarées sans expérience professionnelle, l'une par exemple est titulaire du baccalauréat (elle fait partie de la tranche d'âge des plus jeunes – nés entre 1985 et 1989), une autre d'un CAP de menuiserie. Il s'agit d'un homme né en 1968 qui précise être sans

emploi. En revanche, nous constatons bien que la majeure partie des personnes titulaires d'un diplôme professionnel a travaillé en tant que salarié. Si peu d'individus sont issus d'une famille d'entrepreneurs, leur expérience en tant que salarié participe très certainement à la formation de leur réseau de relations sociales et l'approfondissement de leur métier. L'entreprise est aussi un espace de socialisation et d'apprentissage social et technique.

2.1.4. Créer son propre emploi

Le futur entrepreneur crée dans 42% des cas son propre emploi puisque 232 personnes sur 564 ont déclaré débiter seule leur activité, sans salarié, ni associé. On ne recense que cinq entreprises créées par deux associés (du même âge et du même sexe en règle générale). Cependant, dans les faits l'auto-emploi est certainement plus important car 138 personnes ont répondu avoir créé leur entreprise avec un seul salarié. Après discussion, nous nous sommes aperçus qu'il s'agissait en fait de l'emploi de l'entrepreneur lui-même. Dans ces conditions, la proportion de personnes ayant créé leur entreprise pour créer leur emploi n'est plus de 42%, mais plutôt de 69%. Nous devons également mentionner la place parfois importante du conjoint (qui est en règle générale la conjointe). C'est tout particulièrement le cas dans les entreprises de commerce de proximité dans l'agroalimentaire (boucherie, poissonnerie, boulangerie, pressing notamment), mais aussi dans le cas d'une activité de pressing. Mais, le conjoint n'est jamais répertorié comme un associé ou comme un salarié ; situation qui révèle la précarité de la condition du conjoint au sein de l'entreprise artisanale en dépit des avancées juridiques sur ce sujet. Les propos d'A. Marshall évoqués plus haut n'ont rien perdu de leur pertinence.

2.2. L'entreprise en devenir

2.2.1. Le secteur d'activité : du bâtiment aux services de proximité

Dans quel secteur d'activité créer son entreprise ? Cherchant à minimiser le risque inhérent à la création d'entreprise l'entrepreneur valorise ses ressources en fonction de son expérience professionnelle passée et de ses diplômes. Il s'appuie sur son réseau de relations sociales (de proximité qui s'inscrit dans un territoire donné) qui agit comme un réducteur d'incertitude. Les relations familiales sont généralement privilégiées. D'un autre côté, l'action de l'Etat vise à combler le déficit familial en la matière (faiblesse du réseau de relations sociales de type institutionnel, faible diversité des informations, faiblesse des ressources financières).

Plus de 50% des futures entreprises se situent dans le secteur du bâtiment qui regroupe une large variété d'activités : construction, travaux de peinture, plomberie chauffage, couverture, installation électrique, menuiserie, etc. L'autre partie des entreprises se situe dans le secteur du commerce de proximité (fleuriste, vente de pièces détachées auto / moto, boulangerie, boucherie) ou de services (pressing, restauration rapide, esthétique soins, coiffure – salon et à domicile). Sur les 564 projets de créations d'entreprise, 12 projets concernent la création d'entreprises à domicile. Ces 12 projets ont à leur tête des femmes (coiffeuse et prothésiste ongles exclusivement). Des entreprises très faiblement capitalistiques ont été recensées, comme le commerce ambulancier. En dehors de ces cas particuliers, ces futurs entrepreneurs sont amenés à créer leur entreprise dans le secteur d'activité pour lequel ils sont qualifiés, soit par le diplôme, soit par l'expérience professionnelle. Leur projet entrepreneurial s'inscrit dans une trajectoire à la fois biographique et professionnelle, dans une routine comportementale, qui est tracé à partir des informations dont ils disposent. Peu d'activités innovantes d'une manière

générale sont recensées, hormis la création de deux entreprises de lavage de voitures sans eau. On notera cependant quelques activités assez originales : potier (métier d'art) et bûcheron.

2.2.2. Le financement de la création : des montages parfois complexes

La nature des montages financiers met en évidence le comportement opportuniste du futur entrepreneur qui combine les sources de financement qui lui sont accessibles. 80% d'entre eux vont créer leur entreprise grâce à leur propre épargne. Nous n'avons pas demandé quel était le montant de l'apport personnel, mais nous pouvons supposer que le montant nécessaire au démarrage de l'entreprise est relativement modeste compte tenu de la nature de l'activité (poids relativement important des activités de service). Ce sont des sommes très faibles¹¹ qui se combinent en règle générale avec un crédit bancaire. 82 personnes sur 564 seulement ont déclaré avoir été aidées financièrement par leur famille (soit environ 15%), contre 260 (soit environ 47%) qui ont bénéficié d'aides étatiques à la création d'entreprise (prime de licenciement, aide à la création d'entreprise essentiellement - ACCRE). 12 personnes (soit 2%) ont bénéficié d'autres sources de financiers, par exemple les prêts d'honneur. Les sources de financement sont multiples. Sans parler de montages complexes, ces nouveaux entrepreneurs combinent, en fonction de leur réseau social, diverses sources de financement, bien que l'apport personnel soit quasiment incontournable. Ces montages financiers ne sont pas seulement le résultat de l'initiative individuelle, ils répondent à des contraintes exogènes à l'entreprise émanant des bailleurs de fonds pour socialiser la prise de risque (tableau 4).

Tableau 4 : Le financement de la création d'entrepris

Source de financement	En pourcentage
Épargne propre	80%
Aide familiale	15%
Aide publique (ACCRE)	47%
Autres (prêt d'honneur, concours, etc.)	2%

NB. Le total n'est pas égal à 100% car les personnes interrogées combinent plusieurs sources de financement.

2.2.3. Les motivations¹²

Pour 81% des personnes interrogées, la motivation principale est l'indépendance, souvent combinée avec le goût d'entreprendre (63%). Le troisième item le plus fréquemment cité est la perspective d'accroître ses revenus (48%). Ces trois items sont fréquemment cités ensemble. L'innovation (dans le sens d'une idée nouvelle) est en revanche rarement citée (14%). L'innovation est conçue de manière très large comme l'introduction d'une nouveauté

¹¹ Nous n'avons pas demandé aux personnes interrogées le montant des sommes empruntées ou même de chiffrer le montant du capital de démarrage, sachant que les individus d'une manière générale sont assez réticents à fournir ce type d'information ou bien encore fournissent des informations inexactes.

¹² La grille des motivations que nous avons appliquée est calquée sur celle de l'INSEE : seule possibilité pour exercer ma profession, sans emploi-contraint de créer son entreprise, sans emploi-choix de créer son entreprise, exemples réussis d'entrepreneurs dans l'entourage, idée nouvelle de produit, service ou de marché, opportunité de création ou de reprise, perspective d'augmenter mes revenus, goût d'entreprendre-désir d'affronter de nouveaux défis et être indépendant.

de type organisationnel dans le cadre d'une prestation de service essentiellement. Le chômage est également rarement évoqué (32%). Pour obtenir ce pourcentage, nous avons regroupé les réponses « sans emploi a choisi de créer son entreprise » et « sans emploi décision prise sous contrainte », la motivation est sensiblement la même, mais sous le vocable « contrainte », nous avons cherché à élargir les types de situations, en incluant par exemple des contraintes d'ordre familial. Ceci quel que soit le secteur d'activité dans lequel l'entrepreneur crée son entreprise (tableau 5).

Tableau 5 : Les motivations du futur entrepreneur

Motivations	Pourcentage
Etre indépendant	81
Goût d'entreprendre	63
Perspective d'accroître mes revenus	48
Saisir une opportunité	33
Chômage	32
Exemple de réussite dans l'entourage	25
Innovation	14
Travailler en couple	11

NB. Le total n'est pas égal à 100% car les personnes interrogées avaient la possibilité de donner plusieurs réponses.

A priori, les motivations des futurs créateurs correspondent à l'image idyllique de l'entrepreneur héroïque schumpetérien, guidé dans ses actes par le goût d'entreprendre, le désir d'indépendance et le goût du risque (tableau 5). Dans ces conditions, l'entrepreneur prend les traits d'une espèce de joueur constamment en état de relever de nouveaux défis. En dépit de l'analyse négative de Casson quant aux entrepreneurs qui s'orientent vers la création d'entreprise parce qu'ils refusent la hiérarchie et le fait de devoir obéir, la valorisation des items classiques sur l'indépendance et le goût d'entreprendre sont aussi le reflet d'une certaine volonté de rompre avec la condition de salarié et avec le rapport de subordination qui est lié au contrat de travail. Par ailleurs, nous constatons un pourcentage élevé de personnes qui s'orientent vers la création d'entreprise suite à la perte de leur emploi. Dans cette perspective, la volonté d'indépendance et/ou le goût d'entreprendre sont tout relatifs. Par ailleurs 33% des individus interrogés déclarent avoir créé leur entreprise en raison d'une opportunité de création, laquelle est susceptible de prendre des formes très variées : reprise d'une entreprise, aide à la création d'entreprise, une rencontre inopinée, etc....

L'exemplarité du milieu familial semble jouer relativement peu : 25% des personnes interrogées déclarent avoir créé leur entreprise grâce à l'exemple de réussite dans son entourage. Ce constat peut être d'emblée corrélé aux observations précédentes relatives à la faiblesse de l'influence familiale (que ce soit en terme d'expérience professionnelle ou bien en matière de financement de l'entreprise). Nous constatons également que seulement 11% des personnes interrogées ont déclaré avoir été motivées par le fait de travailler en couple (c'est essentiellement le cas d'activités de commerce de proximité comme la boulangerie, la boucherie et le pressing).

Mais, les faits sont une chose et la façon dont ils sont relatés par les individus est différente. Il est en effet possible que les personnes interrogées aient été amenées à recomposer leur parcours professionnel, sorte d' « héroïsation » de leur parcours personnel. Minimisant les

apports et aides extérieurs, les individus ont le sentiment de s'être faits tout seul, en occultant de façon délibérée (ou non) les ressources venant du réseau de relations sociales. D'un autre côté, cette référence fréquente à l'indépendance ne doit pas être sous-estimée car nombre des personnes interrogées sont en situation d'échec professionnel et sont en train de réunir les informations nécessaires à la création d'une entreprise s'inscrivent dans une trajectoire alimentée par les informations tirées d'un passé souvent difficile.

CONCLUSION

Un bilan contrasté émane de l'enquête. Le futur entrepreneur que nous avons schématiquement décrit est individu qui a été amené à créer son entreprise non par goût d'entreprendre, mais parce qu'il est en situation de chômage. Pour ce faire, il mobilise un ensemble de ressources (financières notamment) grâce à son réseau de relations sociales et aux informations issues de son expérience antérieure. Cependant, cette conclusion est en contradiction avec le goût d'entreprendre et la volonté de relever de nouveaux défis clairement exprimés par les personnes interrogées. Nous avons souligné qu'une large majorité d'individus avaient déclaré avoir créé son entreprise pour ces raisons.

Le financement de la création d'entreprise combine trois partenaires : l'entrepreneur lui-même, l'Etat (en cela les différentes formes d'aides et mesures d'accompagnement à la création d'entreprise) et la famille. Cette dernière est susceptible d'intervenir à différents niveaux : d'abord à celui de la socialisation (être issu ou non d'une famille d'entrepreneurs). L'enfant intègre au cours de sa socialisation un ensemble de savoir-faire, d'attitudes managériales. La famille est aussi source d'exemples de réussites (ou d'échecs) entrepreneuriales qui peut nourrir (ou au contraire anéantir toute envie d'entreprendre). Enfin, la famille est pourvoyeur de ressources (immatérielles, sous forme de conseils, de prestations de service souvent informelles et ressources financières). Un jeune homme interrogé a souligné l'inutilité des soutiens institutionnels à la création d'entreprise (comme les stages des chambres de métiers et d'artisanat) en mentionnant que son père étant lui-même entrepreneur, il avait toutes les compétences nécessaires pour mener à terme son projet entrepreneurial. Il semble bien exister une espèce d'équilibre entre l'aide familiale et l'aide des institutions.

Dans le cadre de la présente étude, la famille est par conséquent relativement absente : une faible proportion d'individus est issue d'une famille d'entrepreneurs. En revanche, les apports de l'Etat à la création d'entreprise sont supérieurs à ceux de la famille. Nombre d'individus était issu d'un milieu social modeste.

Pourtant, la plupart des individus interrogés crée leur entreprise dans le département où ils sont nés pour être en situation d'exploiter un réseau de relations sociales de proximité, souvent tissé depuis l'enfance, mais aussi dans le secteur d'activité qu'ils connaissent. Ce réseau de relations sociales de proximité s'inscrit dans un espace géographique relativement restreint. La mobilité géographique a aussi un coût élevé (à la fois financier, humain et familial), et c'est fréquemment pour ne pas quitter sa famille que l'individu devient entrepreneur. Le réseau de relations sociales sur lequel l'individu construit son entreprise est par conséquent relativement pauvre (amis, voisins, membres de sa famille...). Les opportunités entrepreneuriales sont largement déterminées par les connaissances antérieures et les expériences passées de l'individu (origine familiale et sociale, études, expérience professionnelle). Elles s'inscrivent dans une trajectoire biographique et professionnelle que

l'individu exploite. Or, pour Granvotter (2000, 2003) les liens forts sont les plus éloignés (éloignement géographique, mais surtout social et culturel) de l'individu. Ces liens éloignés lui apportent des ressources nouvelles qui se révéleront de la plus haute importance pour la réalisation du projet entrepreneurial. L'aide de l'Etat et les structures d'accompagnement qui vont généralement de pair contribuent en quelle que sorte à casser ce cercle vicieux de la proximité en apportant des ressources nouvelles différenciées. Mais, encore faut-il que l'entrepreneur soit en capacité d'assimiler ces ressources nouvelles (formation, diplôme, expérience professionnelle). Encastré dans un territoire qui se caractérise par un faible dynamisme entrepreneurial, le candidat est doté d'un faible potentiel de ressources. Est-il possible de changer cette « dynamique appauvrissante » ?

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ACS Z. J. (2002), *Innovation and the Growth of Cities*, E. Elgar.
- ALDRICH H. E., MARTINEZ T. (2001), Many are called, but few are chosen. An Evolutionary Perspective of the Study of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), pages 41-56.
- AUDRETSCH D. ET FELMAN M., (1996), RD Spillover and the Geography of Innovation and Production, *American Economic Review*, N° 86, pages 630-640.
- AUDRETSCH D. B. (2007), *The entrepreneurial society*, Oxford University Press.
- BALDWIN R. E. ET KRUGMAN P., 2004, Agglomeration, Integration and tax harmonization, *European Economic Review*, N° 1, Vol 48, pages 1-23.
- BARTHE J. F., BESLAY Ch. et GROSSETTI M., (2008), Choix de localisation et mobilisation des ressources dans la création d'entreprises innovantes, *Géographie Economie Société*, N° 1, Vol 10, pages 43-63.
- BAUDEQUIN I. ET BROUILLET F., (2005), Le revenu d'activité des commerçants. La taille de l'entreprise fait la différence, *INSEE PREMIERE*, mai.
- BELLONE F. et MAUPERTUIS M.-A., (2000), Nouvelle économie géographique et dynamique de l'innovation : une relecture des configurations centre-périphérie, *Revue Région et Développement*, N° 11, pp. 1-29.
- BENKO G. et LIPIETZ A. (coord) (2000), *La richesse des régions*, Presses Universitaires de France.
- BOURDEAU-LEPAGE L. et HURIOT J.-M. (2009), Proximités et interactions : une reformulation, *Géographie Economie Société*, N° 3, Vol 11, pages 233-249.
- BOURDIEU P., (1980), Le capital social, *Actes de la recherche en sciences sociales*, N° 31, pages 2-3.
- BOURDIEU P., (1980), Le capital social, *Actes de la recherche en sciences sociales*, N° 31, pages 2-3.
- BOUTILLIER S. et UZUNIDIS D. (2010), *L'entrepreneur, force vive du capitalisme*, Editions Bénévent.
- BOUTILLIER S., DAVID M. et FOURNIER C. (2009dir), *Traité de l'artisanat et de la petite entreprise*, Editions Educaweb.
- BOUTILLIER S. et KIZABA G. (2011), Les nouveaux entrepreneurs : une nouvelle poche de pauvreté, essai d'analyse à partir d'une enquête sur le terrain, dans LESTRADE B. (2011dir), *Travail et précarité. Les « Working poor » en Europe*, L'Harmattan, pages 165-184.
- BOUTILLIER S., LAPERCHE B., UZUNIDIS D. (2011), Entrepreneurs et reconversion des territoires. L'exemple de Dunkerque, milieu industrialo-portuaire, *Cahiers de recherche du Lab. Rii*, N° 242, juillet, <http://riifr.univ-littoral.fr/wp-content/uploads/2011/07/doc-242.pdf>

BRACONNIER P., CAIRE G., DUPUY R., JAHAN E., LE MASNE P. et NIVOIX S., (2011), Une évaluation du bien-être au sein des régions françaises dans une approche de développement durable, *Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation*, De Boeck, N°34, pages 93-121.

CARDEBAT J.-M. et MUSSON A. (2010), Que change le développement durable à la localisation des activités ?, *Innovations, Chaiers d'économie de l'innovation*, De Boeck, pages 181-201.

CASSON M. (1982), *The Entrepreneur. An Economic Theory*, E. Elgar.

CASTEL R. (1995), *La métamorphose de la question sociale*, Fayard.

CHABAUD D. et NGIJOL J. (2005), « La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance des opportunités de marché », *Revue internationale des PME*, Vol 18, n°1.

CHELLY A., (2007), Le rôle des connaissances et expériences des entrepreneurs dans l'identification d'opportunités entrepreneuriales, 5^{ème} Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, 4-5 octobre

CHEVALIER C., LEBEAUPIN F., La population des zones urbaines sensibles, *INSEE première*, N° 1328, décembre, <http://www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1328/ip1328.pdf>

CLAVAL P., 2008, Espace et territoire. Les bifurcations de la science régionale, *Géographie Economie Société*, N°2, vol 10, pages 157-184.

COLEMAN J. (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge University Press.

COLEMAN J., (1988), Social capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, n°94, pages 95-120.

COLEMAN J., (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge University Press.

COLOMBIER N. ET MASCLET D., (2007), L'importance de l'environnement familial comme déterminant du travail indépendant, *Economie et statistique*, N°405-406, pages 99-118.

CROZET M. ET LAFOURCADE M., (2009), *La nouvelle économie géographique*, Coll. Repères, La découverte.

DAVIET J.-P., (2001), Mémoire de l'entreprise française du XIX^{ème} siècle, *Revue d'Histoire du XIX^{ème} siècle*, N°23, pages 105-119.

DE BARROS F. et ZALC C., (2007), En quête d'indépendance, enquête d'appartenance. Salariés, patrons et familles dans une petite entreprise textile à Lens dans l'après-guerre, *Sociétés contemporaines*, N°68, pages 23-35.

DEROO E. et STANISLAWSKI G., (2009), Le fait entrepreneurial dans le Nord-Pas de Calais, *Pages de Profils*, INSEE, N° 60, septembre.

DUNN T. et HOLR-EAKIN D., (2000), Financial Capital, Human Capital and the Transition of Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links, *Journal of Labor Economics*, Vol 18, N°2, pages 282-305.

EKERT-JAFFE O. et TERRAZ I., (2005), L'Etat et la cellule familiale sont-ils substituables dans la prise en charge des chômeurs en Europe ?, *Economie et Statistique*, N°387, pages 65-83.

FAVEREAU O., (2003), La pièce manquante de la sociologie du choix rationnel, *Revue française de sociologie*, Vol 44, N° 2, pages 275-295.

FONTAINE L., (2008), *L'économie morale*, Gallimard.

FORLID R and OTTAVIANO G. I. P., (2003), An analytically solvable core-periphery model, *Journal of Economic Geography*, Vol 3, N° 3, pages 229-240.

GARNER H., MEDA D. et SENIK C., (2006), La place du travail dans les identités, *Economie et Statistique*, N°393-394, pages 21-40.

GASSE Y., (2002), Les créateurs d'entreprise et leurs influences de leur environnement, CIFEPM, 30 octobre-1^{er} novembre, Montréal, Canada.

- GRABHER G. (1993), *The Embedded Firm: On the socio-economics of Industrial Networks*, Routledge.
- GRANOVETTER M., (2000), La force des faibles, dans Granovetter M., dans *Le marché autrement*, Desclée de Brouwer, première publication de l'article « la force des liens faibles » en anglais, 1973.
- GRANOVETTER M., (2003), La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs, *Terrains et Travaux*, N°4, pages 167-206.
- GRANOVETTER M., (2006), L'influence de la structure sociale sur les activités économiques, *Sociologies pratiques*, N°13, pages 9 à 36.
- GROSSETTI M. et BARTHE J.-F. (2008), Logiques sociales et spatiales de la création d'entreprises innovantes, *Géographie Economie Société*, N°1, Vol 10, pages 5-7.
- GROSSETTI M., BES M.-P. (2001), Encastremements et découplages dans les relations science-industrie, *Revue Française de Sociologie*, vol 42, N° 2, pages 327-355.
- HARDY-HEMERY O. (2001), Le pouvoir dans l'entreprise : actionnaires et dirigeants dans les sociétés du Nord, 1880-1960, *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 48-4, pages 77-101.
- HAYEK F. A., (1945), The use of the knowledge in society, *American Economic Review*, 35, 4, pages 519-530.
- HAYEK F. A., (1994), *La constitution de la liberté*, Litec.
- HERPIN N. et DECHAUX J.-H., (2004), Entraide familiale, indépendance économique et sociabilité, *Economie et statistique*, N°373, pages 3-32.
- HIRSCH J.-P., (2001), Retour sur l'ancien esprit du capitalisme, *Revue d'Histoire du XIXème siècle*, N°23, pages 87-104.
- JULIEN P.-A., (2004), *Entrepreneuriat et connaissance. Une théorie du dynamisme régional endogène par les PME : la métaphore des romans policiers*, Presses Universitaires du Québec.
- KIRZNER I, (1997), Entrepreneurial Discovery and the the Competitive Market Process: An Austrian approach, *Journal of Economic Literature*, Vol 3, N°3, pages 60-85.
- KIRZNER I, (2005), *Concurrence et esprit d'entreprise*, Economica.
- KRUGMAN P., (1993), *Geography and Trade*, MIT Press.
- KRUGMAN P., (1997), *Development, Geography and Economic Theory*, MIT Press.
- LAFERRERE A., (1998), Devenir travailleur indépendant, *Economie et Statistique*, N°319-320.
- LANDSTROM H., LOHRKE F. (2010dir), *Historical Foundations of Entrepreneurship Research*, E. Elgar.
- LAPERCHE B., UZUNIDIS D. (2011), Crise, innovation et renouveau des territoires : dépendance de sentier et trajectoires d'évolution, *Innovations. Cahiers d'économie de l'innovation*, N° 335, pages 159-182.
- LAZEGA E. (2003), Rationalité, discipline sociale et structure, *Revue française de sociologie*, Vol 44, N° 2, pages 305-329.
- LEVRATTO N. et TORRES O. (2010), Le classement européen des villes entrepreneuriales. Méthode, résultats et portée, *Innovations. Cahiers d'économie de l'innovation*, N° 33, pages 13-36.
- LIAGRE R. (2010), L'attractivité de la région Nord-Pas de Calais envers les étrangers hautement qualifié, *Annales de géographie*, N° 674, pages 405-417.
- LIEFOOGHE Ch. (2010), Lille 2004, capitale européenne de la culture ou la quête d'un nouveau modèle de développement, *Méditerranée*, N0 114, pages 35-45.
- LIEFOOGHE Ch. et ali. (2006), De Villeneuve d'Ascq Technopole à la métropole technopolitaine : espace, réseaux, gouvernance, *Norois*, N° 200, <http://norois.revues.org/1806>

- MATHIEU J.-L. et Lussault M., (2003dir), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Belin, article « Von Thünen », pages 923-924.
- MESSEGHEM K., (2006), L'entrepreneuriat en quête de paradigme : apport de l'école autrichienne, CIFEPME, 25-27 octobre, Haute Ecole de Gestion, fribourg, Suisse.
- MOATI P., LOIRE S., MAINCENT E. ET POUQUET L., (2000), *Vision prospective de l'évolution de l'entrepreneuriat, des formes diverses d'entrepreneuriat ou d'entreprises sur le territoire français dans les 10 ou 20 ans*, Rapport CREDOC par DATAR, juin.
- MOATI P., MAZARS M. et POUQUET L., (2006), Croissance des jeunes entreprises et territoires, *Revue d'économie industrielle*, N° 113, premier trimestre, pages 61-82.
- MOATI PH., PERRAUD A. ET COUVERT N., (2001), *Localisation des firmes et développement local. La survie des entreprises dépend-elle du territoire d'implantation ?*, Cahier de recherche, CREDOC, N°159.
- MOULAERT F. et MEHMOOD A., (2008), Analyser le développement régional. De l'innovation territoriale à la géographie de « dépendance du sentier », *Géographie Economie Société*, N°2, Vol 10, pages 199-222.
- NELSON R. R. et WINTER S. G. (1982), *An Evolutionary theory of economic change*, Harvard University Press.
- OCDE (2000), *Réforme de la gouvernance métropolitaine*, Synthèse, Novembre, cité par Levratto et Torres (2010).
- PENROSE E., (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, Basil Blackwell.
- PFLUGER M. et SUDEKUM J. (2008), A synthesis of Footloose-entrepreneur new economic geography models: when is agglomeration smooth and easily reversible?, *Journal of Economic Geography*, N° 8, pages 39-54.
- PINÇON M. ET PINÇON-CHARLOT M., (1999), *Nouveaux patrons, nouvelles dynasties*, Calmann Levy.
- PLOCINICZAK S., (2007), Au-delà d'une certaine lecture standard de *La grande Transformation*, *Revue du MAUSS*, N°29, pages 207-224.
- PLOCINICZAK S., (2007), Au-delà d'une certaine lecture standard de *La grande Transformation*, *Revue du MAUSS*, N°29, pages 207-224.
- PORTES A. et LANDOLT P. (1996), Unsolved Mysteries: The Tocquevielle Files II, *The American Prospect*, 7 (26), pages 18-21.
- PUTMAN R. D., (1993), *Making Democracy Work*, Princeton University Press, Princeton.
- PUTMAN R., (1995), Bowling Alone: America's declining Social Capital, *Journal of Democracy*, N°6, pages 65-78.
- RALLET A. ET TORRE A., (2002), Proximité Géographique ou Proximité Organisationnelle ? Une analyse spatiale des coopérations technologiques dans les réseaux localisés d'innovation, *Economie Appliquée*.
- REIX F., (2008), L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrement relationnel et attachement symbolique, *Géographie Economie Société*, N° 1, vol 10, pages 29-41.
- RONSTADT R. C. (1988), The corridor principle, *Journal of Business Venturing*, 3, 1, pages 31-40.
- SCHUMPETER J. A. (1979), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, édition originale 1942.
- SCHUMPETER J.A. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, édition originale 1911.
- SHANE S. (2000), Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities, *Organization Science*, 11, 4, pages 448-469.

- SHANE S., (2003), *A General Theory of Entrepreneurship: the individual-opportunity nexus*, Edward Elgar.
- SHEPHERD D. A. et DETIENNE D. R., (2005), Prior Knowledge, Potential Financial Reward and Opportunity Identification, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Janvier, pages 91-102.
- SIMON H., (1983), *Administration et processus de décision*, Economica.
- UCBASARAN D., WESTHEAD P., WRIGHT M. et BINKS M., (2003), Does entrepreneurial experience influence opportunity identification?, *The Journal of Private Equity*, Hiver, pages 7-14.
- VELTZ P., (1993), D'une géographie des coûts à une géographie de l'organisation », *Revue économique*, Vol 44, Juillet, pp. 671-684.
- VENKATARAMAN S., (1997), The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research, in *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol 3, coordonné par J. Katz et R. Brockhaus, JAI Press, pages 119-138.
- VERSTAETE Th. et FAYOLLE A., (2005), Paradigmes et entrepreneuriat, *Revue de l'entrepreneuriat*, N°1, Vol 4, pages 33-52.
- WALRAS L. (2000), *Œuvres complètes*, Economica.
- WILLIAMSON A. O. (1986), *Economic Organisation: Firms, Markets and Policy Control*, Wheatsheaf Books.
- WOLFF F. C. ET ATTIAS-DONFUT C., (2007), Les comportements de transferts intergénérationnels en Europe, *Economie et Statistique*, N°403-404, page 3-23.
- ZIMMERMANN J.-B., (2008), Le territoire dans l'analyse économique. Proximité géographique et proximité organisée, *Revue française de gestion*, N° 184, pages 105-118.