

L'incidence du territoire sur l'entrepreneuriat

Nadine Ajasse,

Maitre de conférences, Université de Perpignan Via Domitia Antenne de Mende, ICRESS EA 3681

La valorisation touristique des patrimoines, dans l'une de ses dimensions les plus abouties, conduit irrémédiablement à la création d'entreprise, ou tout au moins met en exergue une acception entrepreneuriale du phénomène, en adéquation avec un territoire donné. C'est justement cet aspect auquel nous allons nous intéresser. Nous verrons donc dans un premier temps la notion d'entrepreneuriat et ce qu'elle revêt, avant de pointer le fait que le phénomène est aujourd'hui particulièrement à l'honneur dans un contexte avéré de crise économique à l'échelle mondiale. Nous pourrions alors voir dans quelle mesure entrepreneuriat et territoire sont intimement liés et donc quelle peut être l'incidence du territoire en matière d'entrepreneuriat, qui plus est dans le domaine touristique.

D'ores et déjà, force est de constater que les chercheurs ne sont pas unanimes quant à la délimitation du champ de l'entrepreneuriat.

Pour Thierry Verstraete (1999), l'entrepreneuriat est un concept dont les contours ne sont pas clairement établis. En effet, « selon les auteurs, et les disciplines, l'entrepreneuriat renvoie à des logiques parfois fort différentes et il serait illusoire de croire en un possible consensus sur une définition, une théorie ou un modèle de l'entrepreneuriat »¹.

Ainsi, Verstraete (1999) reprend le schéma de Bruyat (1993) pour rappeler les consensus et divergences sémantiques dans le champ de l'entrepreneuriat. Christian Bruyat s'appuie en effet sur une matrice à deux dimensions pour déterminer les limites de l'entrepreneuriat : c'est la dialogique² individu / création de valeur et changement, renvoyant ainsi à Ansoff pour qui un comportement stratégique est entrepreneurial s'il inclut des changements importants, des risques et de l'incertitude.

Thierry Verstraete propose alors un modèle à trois dimensions : cognitive (pensée), praxéologique (action) et structurale (structure). Ces trois dimensions sont le fruit d'une dialectique combinant un individu (l'entrepreneur) et une organisation.

Alain Fayolle (2005) semble adopter lui aussi l'idée selon laquelle il est particulièrement difficile d'obtenir un consensus en matière de définition des contours du concept d'entrepreneuriat car « le champ de l'entrepreneuriat est éclaté et ses multiples composantes sont observées et analysées par des économistes, des sociologues, des historiens, des psychologues, des spécialistes des sciences du

comportement ou des sciences de gestion (Filion, 1997) »³.

Selon lui, « ce qui nous semble devoir caractériser l'évolution des recherches en entrepreneuriat au cours des dernières années est, d'une part, la réorientation du centre focal, qui s'est déplacé de l'individu vers le processus et, d'autre part, le passage d'une épistémologie clairement positiviste à des épistémologies plus nuancées s'ancrant parfois (peut-être de plus en plus) dans des courants constructivistes »⁴.

Pour Karim Messeghem et Sylvie Sammut (2011), l'entrepreneuriat prend de multiples formes, de la TPE à la multinationale, en passant par les associations et les réseaux, et s'inscrit dans des contextes aussi variés que la haute technologie ou l'économie sociale et solidaire. Ils proposent alors « de définir l'entrepreneuriat comme :

- un processus de recherche, d'évaluation et d'exploitation d'opportunités,
- effectué par un entrepreneur ou une équipe entrepreneuriale qui,
- dans le cadre d'une création, d'une reprise ou d'un développement d'activités,
- développe une organisation mettant en œuvre une vision stratégique,
- et contribuant à créer de la valeur »⁵.

Leur définition met en avant l'opportunité en tant que moteur de l'entrepreneuriat ; Stevenson et Jarillo (1990) définissent cette dernière comme « une situation future qui est jugée comme désirable et faisable »⁶.

Les opportunités peuvent prendre de nombreuses formes et Messeghem et Sammut (2011) en distinguent principalement six⁷, qui leur permettent d'envisager un nombre correspondant de types d'entrepreneurs : innovant, arbitragiste, life-style, social, institutionnel et enfin mafieux.

Pour eux, le paradigme de l'opportunité, qui est aujourd'hui largement reconnu dans la littérature (Chabaud et Messeghem, 2010), notamment depuis le

³ A. Fayolle, *Introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, 2005, p. 8.

⁴ Ibid., p. 16.

⁵ K. Messeghem et S. Sammut, *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011, p. 24.

⁶ H. H. Stevenson et J. C. Jarillo, « A paradigm of entrepreneurship : Entrepreneurial management », *Strategic Management Journal*, vol. 11, 1990, p. 23.

⁷ Pour plus de précisions, consulter K. Messeghem et S. Sammut, *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011, p. 31.

¹ T. Verstraete, *Entrepreneuriat, Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Editions L'Harmattan, 1999, p. 11.

² La dialogique nous permet, selon Morin, « de maintenir la dualité au sein de l'unité. Il associe deux termes à la fois complémentaires et antagonistes ». E. Morin, *Introduction à la pensée complexe*, ESF Editeur, Paris, 1990, p. 99.

début des années 2000 grâce aux travaux de Venkataraman (1997), permet de fédérer l'ensemble des courants qui traversent le champ de l'entrepreneuriat (Cunningham et Lischeron, 1991 ; Fayolle, 2004), et notamment les cinq suivants :

- l'école économique qui s'intéresse à la fonction de l'entrepreneur dans l'économie (Schumpeter, 1979 ; Kirzner, 1973),
- l'école fondée sur les traits, d'inspiration psychologique (McClelland, 1961), qui tente de cerner les caractéristiques associées à l'entrepreneur,
- l'école de la décision, qui s'est développée au cours des années 1990 avec la percée des approches cognitives (Shapiro, 1975 ; Shapiro et Sokol, 1982 ; Krueger, 1993), qui s'intéresse au processus de décision et en particulier à l'intention entrepreneuriale,
- le courant du processus qui est apparu à la fin des années 1980 en réaction aux limites de l'approche fondée sur les traits (Gartner, 1988),
- l'école de l'organisation entrepreneuriale ou du *corporate entrepreneurship* (Miller et Friesen, 1982 ; Stevenson et Jarillo, 1986, 1990) qui s'intéresse à l'orientation entrepreneuriale d'organisations existantes. Il porte tant sur la mesure de l'orientation entrepreneuriale que sur le management entrepreneurial.

Enfin, plus généralement pour Pierre André Julien et Michel Marchesnay (2011), « l'entrepreneuriat, c'est donc au premier chef la consécration de l'esprit d'entreprise, de la volonté d'entreprendre dans les « affaires » »⁸.

Ils soulignent en outre le caractère particulièrement actuel du phénomène : « de nos jours, force est de constater un développement de cet esprit d'entreprise, en relation avec l'échec des économies planifiées (en Europe de l'Est, par exemple) et en relation avec la crise du capitalisme managérial, de grandes entreprises. Il s'agit alors de résoudre la crise de la société salariale, en incitant chacun à créer son propre emploi... par la création de sa propre entreprise. Ainsi, un nouvel esprit capitaliste, constituant peut-être un retour aux sources, mais plus respectueux des citoyens et de l'environnement, est-il en train de se constituer ? »⁹.

Julien et Marchesnay (2011) avancent alors l'idée selon laquelle la société actuelle serait en train de glisser progressivement d'un capitalisme managérial vers un capitalisme entrepreneurial.

En définitive, s'il est si difficile de définir clairement le concept d'entrepreneuriat, c'est parce qu'il revêt des acceptions très diverses, sans doute explicables par le fait que l'entrepreneuriat est historiquement très riche de significations parfois relativement antagonistes.

⁸ P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 11.

⁹ Ibid., p. 12.

1 – LES ORIGINES DU CONCEPT

L'entrepreneuriat est un mot dérivé du nom entrepreneur. Selon Messeghem et Sammut (2011), il semblerait qu'il ait été introduit dans la langue française à la fin du XVII^e siècle (Verin, 1982) ; Braudel (1979) souligne en effet que son usage est encore rare au début du XVII^e. C'est au milieu du XVIII^e siècle qu'il apparaît dans l'encyclopédie de Diderot et d'Alembert et au cours de cette même période qu'il fait son entrée dans la théorie économique avec les propos de Cantillon (1755).

« Chez Cantillon, l'entrepreneur est associé à la prise de risque, un attribut essentiel du comportement entrepreneurial. Les approches cognitives montrent que les entrepreneurs ne prennent pas plus de risque, mais ont tendance à percevoir les situations de façon positive (Palich et Bagby, 1995 ; Fayolle *et al.*, 2008) »¹⁰.

Pour Julien et Marchesnay (2011), ce sont le risque et l'incertitude qui jouent un rôle déterminant en matière d'entrepreneuriat. Selon eux « il revient à Frank Knight d'avoir montré au début des années 1920, dans sa thèse soutenue à Harvard, que le profit réalisé par l'entrepreneur était la récompense du risque supporté et de l'incertitude entretenue par son action sur le marché »¹¹.

L'entrepreneur serait donc pour eux celui qui assume les risques liés au fonctionnement *incertain* du marché, le risque correspondant alors au degré de probabilité attaché à l'échec. Ils définissent cependant plusieurs types de risques : financier, stratégique et opérationnel. Parallèlement, « l'entrepreneur est confronté à l'incertitude, et c'est lui qui contribue souvent à la créer ! En effet, l'incertitude peut être définie comme *l'ensemble des événements potentiels susceptibles de survenir, non probabilisables*. Comme l'a expliqué Schumpeter, l'entrepreneur innove sur le marché, le déstabilise ainsi, et crée de l'incertitude »¹².

Messeghem et Sammut (2011) citent aussi Schumpeter pour lequel l'entrepreneuriat rime avec innovation. Pour Schumpeter¹³, le rôle de l'entrepreneur consiste « à réformer ou à révolutionner la routine de production en exploitant une invention, ou, plus généralement, une possibilité technique inédite (production d'une marchandise nouvelle, ou nouvelle méthode de production d'une machine ancienne, ou exploitation d'une nouvelle source de matières premières ou d'un nouveau débouché ou réorganisation d'une branche industrielle, et ainsi de suite) » (Schumpeter, 1979, p. 180). « Dans la conception schumpeterienne, l'entrepreneuriat peut prendre de nombreuses formes. Il peut s'inscrire dans des organisations existantes ou en phase

¹⁰ K. Messeghem et S. Sammut, *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011, p. 23.

¹¹ P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 16.

¹² Ibid., p. 18.

¹³ L'entrepreneuriat synonyme de création d'emplois et de croissance mais aussi véritable moteur stratégique de redéploiement économique au sens de Schumpeter (1979) a ainsi été mis en exergue par la Commission Européenne dès 2003 en vue de contribuer à atteindre les objectifs de Lisbonne 2010 (Commission européenne, 2003).

d'émergence. Cette conception invite à retenir une définition en termes de poursuite d'opportunités »¹⁴. Fayolle (2005) résume assez bien l'étendue de la recherche du point de vue des économistes qui, selon lui, procure une base historique au champ de l'entrepreneuriat. Pour lui, en effet, « il est également multi-composantes et tend à dégager au moins deux figures d'entrepreneurs et quatre rôles principaux. Les figures sont celles de l'entrepreneur-organisateur d'activités économiques et de l'entrepreneur-innovateur (Baumol, 1993). L'entrepreneur, dans le système économique, joue quatre rôles fondamentaux (Landstrom, 1998). Il peut être assimilé à un « *risk-taker / risk manager* » (Cantillon, Say, Knight) ou à un « *innovator* » (Schumpeter). D'autres voient en lui un « *alert seeker of opportunities* » (Hayek, Mises, Kirzner) ou enfin, un « *co-ordinator of limited resources* » (Casson) »¹⁵.

Un deuxième courant historique de recherche s'intéresse davantage aux individus. Ces recherches « visent à produire des connaissances sur les caractéristiques psychologiques des entrepreneurs, leurs traits de personnalité, leurs motivations, leurs comportements, peut-être aussi un profil type d'entrepreneur qu'il serait possible d'identifier par une caractéristique principale ou un ensemble de traits »¹⁶. Les approches typologiques complètent les approches par les traits, avec notamment les travaux de Hernandez (1999) et Landstrom (1998), mais elles sont très nombreuses sans pour autant parvenir à distinguer un profil idéal ou scientifique d'entrepreneur.

Nonobstant, Julien et Marchesnay (2011) insistent sur les traits de caractère que l'on retrouve chez la plupart des entrepreneurs : indépendance, forte confiance en soi et enfin persévérance même si « ces caractéristiques existent un peu partout dans la société et ne permettent pas de dire à l'avance qui peut être entrepreneur et s'il réussira »¹⁷ car les études psychologiques ne démontrent rien¹⁸.

Cependant, force est de constater que l'entrepreneur est un opportuniste, car « entreprendre, c'est conquérir une place sur le marché »¹⁹; c'est aussi un organisateur qui fait parfois obstacle à l'innovateur ; il est souvent un joueur qui aime les défis pour les défis et il est également motivé, le défi étant donc en soi un des objectifs.

Le profit, rarement premier objectif de l'entrepreneur, demeure évidemment une contrainte, ceci d'autant plus lorsque l'entrepreneur crée son entreprise dans le but de subvenir à ses besoins ou à ceux de sa famille, de son entourage ou plus généralement à ceux des demandeurs d'emploi de sa région, et pour Julien et Marchesnay (2011), ces motifs sont souvent implicites, complexes et complémentaires. Ils citent alors les chercheurs catalans qui utilisent davantage le terme d'itinéraire pour définir globalement le parcours personnel et professionnel de l'entrepreneur : « l'itinéraire, ou le parcours, est la vision professionnelle et personnelle de l'entrepreneur en relation avec son entreprise. La stratégie à moyen et à long terme de l'entreprise sera fortement influencée par les intérêts personnels et familiaux de l'entrepreneur »²⁰.

Toutes ces considérations montrent combien il sera ensuite difficile de mesurer la performance d'une entreprise sur des critères forcément très hétéroclites. Le troisième courant de recherche s'articule autour de la notion de processus²¹, initiée dans les années 1980 par Gartner (1985) ; dans cette optique, Cunningham et Lischeron (1991) voient l'entrepreneuriat « comme un processus itératif d'évaluation personnelle, d'anticipation, d'action et de remise en cause dynamique des hommes et de l'organisation »²².

Les travaux de Bruyat (1993) montrent que les situations pouvant être qualifiées d'entrepreneuriales sont très diverses et la définition de Van de Ven et Poole (1990, p. 314) à propos du processus d'innovation donne un premier éclairage quant aux contours de la notion de processus ; les définitions diverses données par les dictionnaires Hachette, Larousse et Robert²³ complètent cet état de l'art. De nombreuses métaphores ont été utilisées en sciences de gestion pour caractériser l'organisation, notamment les 7 métaphores de Morgan (1989). Plus spécifiquement en matière d'entrepreneuriat, Hernandez (2001) reprend les métaphores des chercheurs français mais aussi anglo-saxons : la métaphore de l'énergie, peu utilisée en sciences de gestion, sauf peut-être par Sammut (1995) ; la métaphore mécanique, en référence à la mécanique des fluides et à la résistance au changement ; la métaphore thermodynamique avec les différents changements de phase de la matière (états gazeux, liquide et solide) et enfin la métaphore biologique avec l'embryogénèse.

Des théories ont également été avancées pour modéliser la dynamique des processus. C'est ainsi que Van de Ven et Poole (1995) proposent leur typologie avec quatre théories susceptibles d'expliquer le développement et le changement organisationnel :

- la théorie du cycle de vie, dans la continuité des travaux de Hernandez (2001), qui décrivent les stades de développement de l'entreprise avec la conception, la gestation,

¹⁴ K. Messeghem et S. Sammut, *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011, p. 24.

¹⁵ A. Fayolle, *Introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, 2005, p. 11.

¹⁶ Ibid., p. 11.

¹⁷ P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 52.

¹⁸ « La montée de l'entrepreneuriat s'est faite d'abord en Italie dans le milieu des années 1960 puis aux Etats-Unis et par la suite dans les autres pays. Depuis lors, psychologues, sociologues, ethnologues, économistes, gestionnaires se sont efforcés de ranger les entrepreneurs dans des catégories, de construire des typologies. Le résultat est décevant, car l'entrepreneur réel, en chair et en os, rentre souvent très mal dans ces typologies : celles-ci se contentent de proposer des idéaux-types, en privilégiant quelques caractéristiques jugées essentielles pour le type de problème, et souvent plusieurs par discipline de recherche » (Ibid., p. 55).

¹⁹ Ibid., p. 52.

²⁰ Ibid., p. 54.

²¹ Ce courant de recherche est également qualifié par Messeghem et Sammut d'école du comportement (K. Messeghem et S. Sammut, *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011)

²² A. Fayolle, *Introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, 2005, p. 16.

²³ Pour plus de précisions, Ibid., p. 69-70.

la naissance, la croissance, le déclin et la mort ;

- la théorie dialectique : « le changement naît de la confrontation des points de vue et du conflit entre les personnes influentes et / ou des entités organisationnelles en opposition. Le pouvoir est au centre du processus et le mouvement est provoqué par des luttes internes et une compétition entre les acteurs qui recherchent la domination et le contrôle »²⁴ ;
- la théorie téléologique (Bruyat, 1993) stipule que c'est un état final souhaité qui motive le changement ;
- la théorie évolutionniste reprend les processus d'évolution biologique avec un cycle continu de variations, sélections et rétentions.

Pour ce troisième courant de recherche, le comportement entrepreneurial peut être expliqué en référence à la théorie du comportement planifié, lui-même inspiré de la théorie de l'action raisonnée élaborée par Ajzen (1991). Cette dernière « confère au concept d'intention une place centrale et prépondérante dans la prédiction et l'explication d'un comportement humain planifiable, entièrement sous contrôle de la volonté et ne dépendant d'aucun autre facteur non directement maîtrisable par l'individu concerné »²⁵.

Ce sont Krueger et Carsrud (1993) qui ont appliqué cette théorie du comportement planifié au champ de l'entrepreneuriat, proposant un modèle inspiré du modèle d'Ajzen, et donc du concept d'intention, mais aussi des travaux de Shapero²⁶ en ce qui concerne le déplacement (Shapero et Sokol, 1982).

Cependant, pour Fayolle (2005), le déclenchement du processus entrepreneurial peut se faire sous l'effet d'un déplacement (insatisfaction personnelle, licenciement ou menace de licenciement, ruptures personnelles, découverte d'une opportunité, rencontre avec un futur associé, etc.), sans forcément que l'intention soit présente ; et il peut aussi survenir sous la pression d'une intention très forte se suffisant à elle-même. Il en vient néanmoins à conclure « que le processus se déclenche souvent dans la rencontre et la combinaison d'une intention et d'un facteur de déplacement, sans que l'on puisse d'ailleurs affirmer que l'intention précède ou suit le déplacement »²⁷.

Fayolle et al. (2007) soulignent de surcroît que l'entrepreneuriat est un concept d'autant plus difficile à appréhender qu'il est polysémique. Il peut en effet faire référence tantôt à des compétences techniques (la rédaction d'un business plan) et tantôt à des attitudes (la prise de risque) ; ceci est pris en compte dans la démarche selon les processus.

²⁴ Ibid., p. 75.

²⁵ Ibid., p. 95.

²⁶ A. Shapero et L. Sokol, « The social dimension of entrepreneurship », in Kent C. A., Sexton D. L. et Vesper K. H. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1982, p. 72-90.

²⁷ Ibid., p. 99.

Une autre notion clé de la théorie des processus est celle de l'engagement de l'individu au sens de Fayolle (2005). Il définit l'engagement « comme le moment à partir duquel un individu consacre l'essentiel de son temps, de son énergie, de ses moyens financiers, intellectuels, relationnels et affectifs à son projet ou à son entreprise. Il n'envisage plus de retourner en arrière, d'ailleurs ses investissements rendraient l'abandon difficile, ce serait un échec pour l'individu »²⁸. L'engagement est un concept qui fait alors référence à un certain nombre de travaux en matière de psychosociologie, et notamment :

- la théorie de la consistance et de la dissonance cognitive de Léon Festinger (1957) qui stipule qu'un individu est amené à faire des choix lorsque le comportement qu'il s'appête à adopter est en contradiction avec son système de valeurs ; au nom d'une certaine stabilité cognitive, il devra changer de comportement ou modifier ses croyances ; c'est aussi une application de la théorie de l'autojustification selon laquelle tout être humain souhaite donner de lui l'image de quelqu'un de parfaitement rationnel ;
- la théorie de l'engagement de Beauvois et Joule (1987) : les pièges de la décision se manifestent par trois phénomènes qui sont respectivement l'effet de gel (la décision gèle les systèmes de choix possibles en privilégiant un), l'escalade de l'engagement (l'individu a tendance à persévérer dans ces choix en rapport avec les décisions prises antérieurement de manière à sembler rationnel), la dépense engagée et le piège abscons (volontairement dans le premier cas, que ce soit financièrement, matériellement, etc. et involontairement dans le second cas car la situation est difficile ou les objectifs ne sont pas atteignables). Nous retrouvons ici les pré-requis de la théorie de l'autojustification et le sentiment de liberté dont pensent pouvoir jouir les individus concernant leurs prises de décisions. Ceci est d'autant plus vrai lorsqu'il s'agit d'actes non problématiques entraînant une forte résistance au changement car conformes à nos idées de départ ; dans le cas d'actes problématiques ou contraints, il faut alors craindre un effet boomerang ;
- la théorie de l'escalade de l'engagement développée par Staw (1981), qui considère le processus d'actions de manière globale et qui encore une fois insiste sur le fait que l'individu a tendance à rationaliser tous ses comportements, que ce soit de manière rétrospective ou prospective.

Enfin, selon Fayolle (2005), la survie et le développement de la structure entrepreneuriale, de même que son échec ou sa réussite font également référence à un certain nombre de théories, et notamment trois :

- la théorie de l'intéressement et de la traduction, par rapport aux travaux du CSI (Centre de Sociologie de l'Innovation) de l'Ecole nationale supérieure des mines de Paris, dans le prolongement des travaux du

²⁸ Ibid., p. 99-100.

Tavistok Institute de Londres, qui pose l'organisation comme un système ouvert avec à la fois un système technique et un système social que l'on doit conjointement optimiser ; Fayolle (2005) justifie alors l'adéquation de ce champ de recherche au vu de la problématique d'acquisition de ressources dans un contexte impacté par l'asymétrie d'information et par l'incertitude générées en situation de création d'entreprise ;

- la théorie des réseaux sociaux²⁹ : la théorie des graphes qui permet notamment d'analyser les relations entre les divers membres du réseau, les réseaux de soutien et les réseaux de mobilisation qui sont susceptibles d'épauler l'entrepreneur, que ce soit de manière plus ou moins intéressée et, enfin, le capital social au sens de Bourdieu (1980), sont autant de notions associées au phénomène entrepreneurial. Ainsi pour Bourdieu, le capital social renvoie aux ressources auxquelles un acteur a accès grâce à l'étendue et à la qualité de ses relations sociales alors que ce n'est le cas pour Granovetter (1983) que si cet acteur possède un grand nombre de liens forts (conjoint, parents, amis) et que ce sont pour Burt (1992) les relations de faible intensité ainsi que les trous structuraux qui constituent le capital social d'un acteur sur le marché ;
- la théorie de la structuration au sens de Giddens (1984), qui dépasse le dualisme classique opposant acteurs et structures pour développer une dialectique dynamique individu (doté d'une compétence sociale) / structure (contraignant l'individu).

Pour Fayolle (2005), « le processus de survie / développement peut dans ces conditions être assimilé à une co-construction dans laquelle l'organisation émergente est à la fois le médium et le produit de la conduite des entrepreneurs naissants. Ces derniers produisent les structures mais sont en même temps guidés par elles »³⁰.

2 – L'ENTREPRENEURIAT AUJOURD'HUI

L'entrepreneuriat est en passe de devenir un véritable phénomène de société, comme le soulignent Messeghem et Sammut (2011). En effet, depuis la Loi pour l'Initiative Economique (LIE) du 1^{er} Août 2003, mais surtout depuis la Loi de Modernisation de l'Economie (LME) du 4 Août 2008 et la création du statut d'auto-entrepreneur, l'entrepreneuriat et son corollaire, la création d'entreprise, ont connu en France un essor sans précédent. Ainsi, le nombre de créations d'entreprises entre le premier semestre 2008 et le premier semestre 2009 a connu une hausse de 59 %.

²⁹ Comme le soulignent Julien et Marchesnay, « l'analyse micro-économique, en termes de marché, tend à être supplantée par une analyse « méso-économique », axée sur les filières et, surtout, sur les réseaux. Ceux-ci, en multipliant les transactions entre les entreprises, favorisent le développement de l'entrepreneuriat" (P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 83).

³⁰ A. Fayolle, *Introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, 2005, p. 121.

Les médias ont également été de la partie puisque l'émission « Les entrepreneurs » a été créée spécialement en 2008 sur M6.

« Cette transformation de l'attitude par rapport à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprise est le reflet d'un changement de société avec la montée de valeurs fondées sur l'individualisme comme ont pu le constater Maffesoli (1997) ou Lipovetsky (2004). [...] La poursuite d'un projet entrepreneurial relève d'une dimension existentielle au sens de Sartre (1970) »³¹. L'entrepreneuriat s'inscrit désormais dans les opportunités de carrière au même titre que le salariat pour bon nombre d'individus, que ce soit dans le cadre de carrières dites nomades (Arthur et Rousseau, 1996 ; Bailly et al., 1999 ; Hernandez et Marco, 2006), ou pour asseoir l'avènement de la société entrepreneuriale, privilégiant les idées et la connaissance (Audretsch, 2007).

Le phénomène entrepreneurial ne revêt pas la même importance dans tous les pays. Il est notamment moins développé en Europe, et en particulier en France où le Total Entrepreneurial Activity (TEA), c'est-à-dire le taux d'activité entrepreneuriale, demeure deux fois plus faible que la moyenne mondiale, ceci malgré les efforts et les initiatives comme les pôles de compétitivité qui ont tenté de favoriser l'entrepreneuriat en rapprochant entreprise, université et centres de recherche³². Très attendu, parfois redouté, le rapport de Louis Gallois sur la compétitivité, remis officiellement le 5 Novembre 2012 à Jean-Marc Ayrault, propose entre autres, baisse du coût du travail et coup de pouce à l'innovation ; il s'insère à ce titre dans cette même logique d'association entre compétitivité et entrepreneuriat.

Julien et Marchesnay (2011) insistent en outre sur trois faits majeurs qui favorisent actuellement l'entrepreneuriat au niveau macro-économique :

- l'hypersegmentation des marchés qui est pour eux une véritable aubaine il sera plus facile pour une petite entreprise de pénétrer ces marchés ;
- le recours croissant à la transaction externe ;
- la mondialisation des marchés qui laisse de belles perspectives pour les entrepreneurs.

Messeghem et Sammut (2011) analysent l'entrepreneuriat selon quatre angles différents, présentant chacun des enjeux spécifiques :

- un enjeu politique : après les pépinières et les technopoles des années 1980, ce sont surtout les initiatives des années 2000 avec la concrétisation du statut d'auto-entrepreneur qui hissent l'entrepreneuriat au rang de cause nationale ; la reconnaissance est tout de même relative puisque c'est alors le secrétariat d'Etat au commerce, à l'artisanat, aux PME, au tourisme, aux services et à la consommation qui œuvre pour l'entrepreneuriat (il est notamment à l'origine du rapport Mathot, en octobre 2010, intitulé « Accompagner l'entrepreneuriat, un impératif pour la croissance », qui émet neuf

³¹ K. Messeghem et S. Sammut, *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011, p. 7.

³² Ibid., p. 8.

propositions destinées à favoriser l'entrepreneuriat en France) et que le statut d'auto-entrepreneur ainsi créé cautionne bien souvent des situations de précarité ;

- un enjeu pédagogique : les quarante dernières années marquent l'explosion des programmes de formation concernant l'entrepreneuriat mais cela est surtout vrai pour les Etats-Unis³³. En France, la création de l'Observatoire des Pratiques Pédagogiques en 2001 mais également la loi LRU en 2007, qui confère à la mission d'insertion professionnelle une place importante en l'inscrivant dans l'article premier, marquent un tournant dans ce pays en ce qui concerne l'entrepreneuriat. Il est vrai que « la sensibilisation ou la formation à l'entrepreneuriat ont un impact sur l'intention de créer une entreprise comme le montrent les travaux de Boissin, Cholet et Emin (2009). Les témoignages d'entrepreneurs charismatiques peuvent y contribuer »³⁴. C'est ainsi que Verzat (2009) recense les divers objectifs, cibles et moyens disponibles (objectifs concrets, populations à cibler en priorité, moyens pédagogiques adaptés) de manière à remplir les missions les plus adéquates en la matière : sensibiliser, prédisposer, former ou incubé selon les cas. La mission de valorisation qui est fixée aux universités permet en outre de favoriser parfois des vocations d'entrepreneurs parmi les enseignants-chercheurs ; en effet, Messeghem et Sammut (2011) soulignent que les laboratoires de recherche peuvent être à l'origine d'opportunités entrepreneuriales (Phillipart, 2003) et que la loi Allègre du 12 / 07 / 1999 sur l'innovation et la recherche a sans aucun doute permis l'éclosion de start-ups en France, en précisant toutefois que le bilan fait état de résultats mitigés du fait de dispositifs trop lourds à mettre en œuvre (Guillaume, 2007) ;
- un enjeu scientifique : ce sont principalement les chercheurs en sciences de gestion qui alimentent la production scientifique francophone, particulièrement en matière de recherche doctorale (Messeghem et Verstraete, 2009) alors que l'entrepreneuriat se structure grâce à deux associations : l'Association Internationale de Recherche en Entrepreneuriat et PME (AIREPME), créée en 1996 par Pierre-André Julien et Michel Marchesnay, regroupant environ 150 chercheurs, organisant tous les deux ans le Congrès International Francophone de recherche en entrepreneuriat et PME et soutenant la Revue Internationale PME (RIPME) et l'Académie de l'entrepreneuriat et de l'innovation, fondée en 1998 par des enseignants et des chercheurs souhaitant favoriser l'enseignement et la recherche en

entrepreneuriat, soutenant la Revue de l'entrepreneuriat et la revue Expansion Entrepreneuriat. En France, c'est Michel Marchesnay (2009) qui est à l'initiative du développement de la recherche en entrepreneuriat, et ceci dès les années 1970 à Montpellier. Depuis lors, d'autres universités ont suivi avec des chercheurs émanant principalement des sciences de gestion et dans une moindre mesure des sciences économiques³⁵. Au niveau mondial, l'ICSB (International Council of Small Business) tend à structurer la recherche en matière d'entrepreneuriat et de PME et le Babson College organise quant à lui chaque année un colloque, le Babson College Entrepreneurship Research Conference, en association avec la revue Frontier of Entrepreneurship ; en France, les initiatives commencent à poindre de toutes parts, avec l'organisation de nombreux colloques sur des thématiques connexes à l'entrepreneuriat. Nous pouvons ainsi citer par exemple le 6ème Atelier « Stratégies, Espaces et Territoires » de l'Association Internationale de Management Stratégique organisé conjointement par l'Association de Science Régionale de Langue Française et l'Académie de l'entrepreneuriat à Rouen le 24 Janvier 2013 et qui aborde des questions liées aux interactions entre l'entrepreneuriat et les territoires³⁶.

- un enjeu professionnel : l'Agence Pour la Création d'Entreprise (APCE) joue un rôle important, notamment avec un e-accompagnement permettant une diffusion d'informations pertinentes en ce qui concerne l'actualité de la création d'entreprise, cette dernière demeurant bien évidemment « la manifestation la plus claire de l'entrepreneuriat »³⁷ ; cet accompagnement est d'autant plus important pour les petites entreprises, et justement « les petites entreprises de moins de cinquante employés constituent plus de 95% des entreprises dans la plupart des pays [...] la majeure partie des entreprises ont été créées de toutes pièces et demeurent petites »³⁸. Selon Julien et Marchesnay, le phénomène des petites entreprises est encore plus prégnant dans les régions rurales où « les petites entreprises seraient davantage en relation avec les ressources locales (transformation des produits agricoles, services touristiques), bien que cela change de plus en plus avec la multiplication des moyens de communication

³³ Aux Etats-Unis, entre le début des années 1970 et le début des années 2000, le nombre d'institutions proposant des cours d'entrepreneuriat est passé de 16 à 800 (Fayolle, 2004 a).

³⁴ K. Messeghem et S. Sammut, *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011, p. 16-17.

³⁵ Pour plus de précisions, Ibid., p. 18-19.

³⁶ L'objectif de cette nouvelle journée de recherche est d'avancer dans la réflexion sur des questionnements se situant à la croisée des champs du management stratégique, de l'entrepreneuriat, de l'économie régionale et du développement local, de la gestion de ressources humaines, de la géographie, de la sociologie et d'autres champs disciplinaires pertinents pour l'étude des problématiques liées à l'entrepreneuriat et aux territoires.

³⁷ P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 24.

³⁸ Ibid., p. 24-25.

électroniques »³⁹. Bonnet (2012) corrobore ce point de vue lorsqu'il affirme : « à l'échelle internationale la France n'est pas entrepreneuriale et montre un déficit de créations d'entreprises innovantes. A l'échelle régionale les régions urbanisées et technologiquement développées mais aussi les régions attractives disposant d'aménités touristiques sont les plus entrepreneuriales »⁴⁰.

Pour Julien et Marchesnay (2011), l'essor actuel de l'entrepreneuriat s'explique aisément au vu de trois facteurs⁴¹, sans oublier toutefois le moteur même de l'entrepreneuriat, constitué par l'innovation⁴² :

- la montée des services : elle s'insère dans le cadre de la troisième phase de la Révolution industrielle et concerne près de 70% de la main d'œuvre dans les pays industrialisés. Le secteur des services offre une multitude d'opportunités en matière d'entrepreneuriat, ce qui est corroboré par le fait que 80% des créations de petites entreprises récentes l'ont été dans les services aux particuliers et aux entreprises ; la création déjà évoquée du statut d'auto-entrepreneur s'insère dans cette optique ;
- les changements démographiques : les baby-boomers d'après-guerre ont été plus nombreux que par le passé à devoir créer leur propre emploi du fait d'une montée en puissance du chômage, ceci ayant été renforcé par une conjoncture peu favorable et de nombreux licenciements pour motif économique : la création d'entreprise était alors une quasi obligation pour une part estimée entre 10 et 20% de la population active des années 1970 à 1990. Parallèlement, l'entrepreneuriat féminin s'est développé, de manière à répondre à de nouveaux choix de vie et l'on assiste de plus en plus à une diversification des types de nouvelles entreprises créées par des femmes ;
- les nouveaux comportements politiques : privatisations et décentralisations favorisent la multiplication de nouvelles entreprises, dont les opportunités d'obtention de contrats auprès des collectivités territoriales se trouvent accrues.

Cependant, le propos était encore à relativiser au début des années 2000. C'est en effet Alain Fayolle (2003) qui mettait en exergue un phénomène

³⁹ Ibid., p. 32.

⁴⁰ J. Bonnet, La dynamique entrepreneuriale du (des) territoire(s) français : entre firmes entrepreneuriales et entrepreneuriat lié à l'économie résidentielle, RCSR (en ligne) ISSN : 1925 – 2218, Vol. 33, N° Spécial, 2012, p. 27-38.

⁴¹ P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 33-34.

⁴² « L'innovation ainsi que des opportunités multiples constituent les fondements de l'entrepreneuriat, puisqu'elles supposent des idées nouvelles pour offrir ou produire de nouveaux biens ou services, ou, encore, pour réorganiser l'entreprise » (Ibid., p. 35).

typiquement français⁴³ : « les paradoxes de la société française montrent bien que notre culture présente des spécificités qui ne sont pas toujours favorables à l'esprit d'entreprise : importance de l'Etat Providence, du système de protection sociale et des avantages acquis, aversion pour le changement et le risque, recherche des privilèges, persistance de sujets tabous comme l'argent et les signes extérieurs de richesse »⁴⁴.

3 – L'INCIDENCE DU TERRITOIRE SUR L'ENTREPRENEURIAT

Dans un tel contexte, nous avons choisi de développer ici plus particulièrement le lien qui existe entre entrepreneuriat et territoire, dans la mesure où le choix d'un territoire spécifique ne serait pas anodin en matière d'entrepreneuriat ; la valorisation touristique des patrimoines passant nécessairement par une mise en adéquation du territoire et de ses différents protagonistes avec les principaux acteurs en matière d'entrepreneuriat.

La pertinence de la démarche réside dans l'intérêt croissant accordé à la territorialisation (Saives, 2002) en vue de réduire la vulnérabilité induite par la mondialisation. Ainsi, certains ont montré dans quelle mesure les contextes en présence justifient de poser des regards territoriaux pour répondre à des préoccupations d'ordre mondial, et identifier par la suite le faisceau de concepts pertinents pour comprendre l'entrepreneuriat en tant qu'outillage de dynamique territoriale⁴⁵. Razafindrazaka (2009) fait en conséquence l'inventaire des corpus théoriques mobilisés en matière d'étude des interrelations entre territoire et entrepreneuriat, les références mises en exergue appartenant tantôt aux courants territoriaux, et tantôt aux courants socioéconomiques.

Les courants territoriaux abordent principalement trois concepts :

- les proximités du milieu : le milieu est ici le « milieu entrepreneurial » décrit comme le lieu de l'*instructuration* par Julien (2005). Ce milieu entrepreneurial joue le rôle d'offres de ressources : soutien à la création, financement, infrastructures, main d'œuvre, matières premières. Ce milieu n'est pas seulement matériel, il est aussi immatériel en ce qu'il fait référence aux dimensions historique, culturelle et sociétale d'une communauté ;

⁴³ A. Fayolle, *Le métier de créateur d'entreprise*, Editions d'Organisation, 2003, p.1.

⁴⁴ « La France n'aime pas les entrepreneurs, sauf s'ils sont chômeurs de longue durée, de préférence pauvres, mais méritants. Cela ne nous empêche évidemment pas de nous émerveiller un temps devant un homme à qui tout réussit, du show-business à la politique, en passant par le sport jusqu'au jour où... le rêve s'effondre. Et les Français de reprendre en chœur l'hymne du « tous des pourris ! » », Extrait de Arthur Andersen et APCE, *Du créateur d'entreprise au créateur d'emploi : la dynamique du succès*, collection « comprendre », Paris, APCE, 1998.

⁴⁵ T. Razafindrazaka, « L'entrepreneuriat comme outil de développement territorial : construction d'un référentiel théorique », Colloque international « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11èmes Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, INRPME – AUF – AIREPME, Trois-Rivières, Canada, 27 au 29 mai 2009.

- l'encastrement territorial : le concept d'encastrement est emprunté aux analyses de Karl Polanyi (1944) qui a avancé que l'économie est « *embedded* » (encastrée) dans un tout socioculturel. Dans ce sens, la sphère économique est alors inséparable des sphères sociales. Les entrepreneurs n'agissent pas seulement dans un réseau économique, mais interagissent aussi avec d'autres organisations ou institutions sociales (Gundolf, 2004). L'encastrement territorial consiste en un mode de mobilisation du capital relationnel du territoire d'accueil. En effet, c'est à travers la notion d'encastrement dans les réseaux sociaux (Granovetter, 2000) que les entreprises vont mobiliser le stock de ressources relationnelles disponibles, pour générer leur capital entrepreneurial (Saleilles, 2006). Par conséquent, le territoire assume un double rôle : celui de l'offreur de ressources, donc un réservoir de savoirs et d'opportunités (Julien, 2005), et celui de facilitateur des échanges et des relations en diminuant l'incertitude et les coûts de transaction (Saives, 2002) ;
- le capital social territorial : le capital social territorial est une notion sociologique qui traduit la cohésion sociale dans une communauté, en l'occurrence le territoire. Le concept ramène à la démarche d'expliquer et de clarifier les mécanismes par lesquels les interactions et les relations sociales peuvent influencer sur le développement territorial⁴⁶.

Les courants socioéconomiques regroupent eux aussi trois familles de théories :

- la théorie des conventions : les conventions régissent l'action collective et résolvent les conflits. Au sens du logicien Lewis (1969), la convention est une régularité de comportement où chacun se conforme au comportement qu'il croit que l'autre adoptera. La notion « d'intérêts communs » introduite par Schelling (1960) et reformulée par Lewis (1969) sous le vocable de « savoir commun », concerne à la fois l'entrepreneuriat et territoire. Les organisations productives territorialisées s'aménagent généralement autour d'une activité spécifique, ce que l'on désigne comme la spécialisation du territoire (savoir faire, ressources intransférables). L'entrepreneuriat local, opérant sur cette filière spécialisée, bénéficie de cette

⁴⁶ Il convient alors de revenir sur la notion de capital social. Pris dans son sens le plus pur, le capital social concerne les liens sociaux dans une structure sociale (Loup et Paradis, 2006). Sous l'aspect structurel, il peut être considéré comme une colle ou un lubrifiant (Anderson et Jack, 2002).

Le capital social de type colle (bonding) concerne les liens qui unissent des individus de statut identique au sein d'une communauté. Tandis que le capital social de type lubrifiant (bridging) est centré sur la capacité de la communauté à se connecter à l'extérieur. Il convient de rajouter à ces deux types de capital social traditionnellement distingué, un troisième Woolcock (1998). Il s'agit du capital social de type liant (linking). Il caractérise les interactions entre des agents ayant des statuts ou des places différents.

renommée du territoire. C'est donc là l'intérêt commun dont la préservation ne peut être qu'une oeuvre collective : d'où la dynamique interactionniste pour le soutenir. La coopération au sein d'un système territorial de production constitue une démarche procédurale. Les acteurs opèrent par un ajustement mutuel durant l'apprentissage collectif pour converger vers la constitution des codes et des conventions. Ici, la dimension de l'apprentissage est collective, pour diminuer l'incertitude et l'ambiguïté (Hodgson, 1988)⁴⁷ car on appréhende l'entrepreneuriat *collectivement* (Julien, 2005) sur le territoire. C'est en cela que ce courant de recherche abonde dans le sens de Bourdieu (2000). Il tend à affirmer que les transactions économiques résultent des constructions sociales plutôt que des processus purement marchands, contrairement à ce que stipulait la théorie de la rationalité limitée. La confiance est au cœur de cette historicité constitutive. Des entreprises concurrentes vont coopérer sur la base de la confiance (Mangematin, 1999) ;

- la traduction spatiale du réseau : c'est la capacité du territoire à se connecter à l'extérieur, c'est-à-dire son attractivité, selon la notion de proximité géonomique développée par Julien (1997) ;
- la théorie de la structuration : pour Giddens (1987), la spacialité (espace utilisé comme cadre d'interaction) va de pair avec la temporalité (évoquée à travers la routinisation et sérialité) pour éviter de se perdre dans l'indéfini et l'infini. Ainsi, le temps écoulé depuis la création des entreprises d'un territoire concourt à fabriquer la mémoire du territoire en question (Bygave et Minniti, 2000)⁴⁸.

Pour Razafindrazaka (2012), les interrelations entre entrepreneuriat et territoire sont au centre de nombreuses contradictions. Les entreprises sont en situation de coopération/coopération. Les acteurs de développement économique se penchent sur un développement territorialisé en vue d'une concurrence des territoires sur l'échiquier mondial.

Ainsi, Julien et Marchesnay (2011) mettent l'accent sur l'interdépendance entre les entreprises et leur territoire et soulignent que la prise en compte de cette problématique est relativement nouvelle. L'espace, le territoire, ne serait pas neutre, mais constituerait au contraire un facteur essentiel de développement de l'entreprise, surtout dans le cas des PME.

⁴⁷ Cité par Julien (2005).

⁴⁸ Mais l'intensité de l'activité entrepreneuriale d'un territoire prend également ses sources dans les aventures multiples vécues par des individus qui élaborent une stratégie identitaire en exploitant le « champ du possible » entre « identité héritée » et « identité visée » (Dubar, 2000). Le maintien d'une culture entrepreneuriale dans un territoire dépend donc de la contribution des petites activités économiques créatrices de valeur, tablant sur le principe que le *small* n'est pas seulement *beautiful* mais également *powerful* (Fayolle, 2000).

En effet, le premier marché de ces dernières est le plus souvent le territoire régional, la région fournissant également les capitaux, la main d'œuvre, les services conseil et l'information socio-économique nécessaires. Si l'on se place dans le domaine du tourisme, ceci est d'autant plus vrai, puisque ce sont les éléments du patrimoine et leur localisation sur un territoire donné qui vont conditionner la création d'entreprise sur ce même territoire.

En outre, l'entrepreneur lui-même, implanté dans la région, participe aux diverses activités socioculturelles et favorise ainsi l'encastrement de la petite entreprise dans sa région⁴⁹ (en référence à la notion vue précédemment). C'est aussi le cas pour les PME exportatrices qui conservent tout de même une base territoriale.

Julien et Marchesnay (2011) pointent également le rôle incontournable de l'Etat⁵⁰ et des collectivités territoriales, de manière à contrer la concurrence des autres territoires dans un contexte de mondialisation de l'économie. La mobilisation des ressources, les aides en tout genre pour moderniser les entreprises, notamment grâce aux nouvelles technologies, ou pour soutenir les exportations, tout ceci dans un respect des acquis sociaux et de l'environnement au sens large, font aussi partie du domaine d'intervention de l'Etat et des administrations territoriales.

« Dans la plupart des pays industrialisés, mais aussi désormais dans bon nombre de pays s'industrialisant, la notion de région, comme entité ayant sa propre politique de soutien à l'entrepreneuriat s'est affirmée »⁵¹, ceci pour plusieurs raisons :

- dans les régions initialement tournées exclusivement ou majoritairement vers l'industrie, une reconversion indispensable suite à la crise économique ;
- le redéploiement vers des activités nouvelles dans les régions à l'origine à dominante agricole ou tertiaire.

Les institutions régionales en charge du soutien à l'entrepreneuriat se manifestent de diverses manières :

- les institutions régionales et locales ayant un caractère électif, comme les conseils régionaux, les municipalités, les chambres consulaires, tentent d'attirer les entrepreneurs sur leurs territoires et sont en cela directement en concurrence avec les autres villes et régions ;

⁴⁹ « Par exemple, on a montré l'importance de ressources informationnelles et de formation, comme les écoles supérieures et les universités, lorsque les contacts avec les entreprises sont efficaces. Des économistes se sont aussi arrêtés à l'importance d'infrastructures modernes (routes, ports, aéroports...). Ils parlent aussi de plus en plus de la qualité de vie et de la vitalité du milieu culturel, pour attirer et retenir une main d'œuvre qualifiée » (P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 91).

⁵⁰ Dans le même ordre d'idées, « L'entrepreneuriat est le moteur qui entraîne l'économie de nombreuses nations dont la croissance est largement expliquée par le taux et le rythme des innovations et des créations d'entreprises ou d'activités » (A. Fayolle, *Le métier de créateur d'entreprise*, Editions d'Organisation, 2003, p.148).

⁵¹ P. A. Julien et M. Marchesnay, *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011, p. 92.

- l'ensemble des administrations publiques axées sur le développement économique, c'est-à-dire les organismes chargés de la promotion de la recherche et de la technologie, les directions régionales des ministères économiques (agriculture, artisanat, industrie et commerce, etc.), les organismes de promotion de l'entrepreneuriat comme OSEO, le système éducatif dans son ensemble avec les centres de formation professionnelle, les universités et écoles d'ingénieurs et de commerce dans lesquelles les formations dédiées à l'entrepreneuriat se multiplient (le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche renforce ses dispositifs destinés à promouvoir l'envie d'entreprendre des étudiants et des futurs diplômés, avec la mise en place de référents entrepreneuriat, la création de pôles de l'entrepreneuriat étudiant, le développement de junior-entreprises au sein des universités, etc.) ;
- le tissu de relations partenariales avec les entreprises naissantes, favorisé par la Région, avec des spécialisations affichées pour certains territoires ;
- le réseau de relations personnelles tissé par les entrepreneurs au sein de la Région, qui est le plus souvent mis en exergue pour servir d'exemple et de tremplin, le besoin de réalisation de soi mis en avant par Maslow étant en effet une caractéristique très prégnante de la personnalité de la plupart des entrepreneurs⁵².

Julien et Marchesnay (2011) soulignent cependant que l'intervention de la Région n'implique pas automatiquement l'émergence et le développement de l'entrepreneuriat ; ce sont les interdépendances fonctionnelles entre acteurs d'un même territoire qui « favorisent un processus d'apprentissage collectif par l'échange d'informations, la réduction de l'incertitude du fait de cet échange, et l'innovation systématique partagée »⁵³.

De la même manière, la proximité territoriale n'est pas le seul élément pouvant expliquer le succès ou l'échec d'une entreprise. L'information⁵⁴ disponible par exemple devra être triée, traitée car toutes les informations dites circulantes ne sont pas forcément « structurantes » ou « riches », c'est-à-dire susceptibles d'ouvrir des opportunités sur le marché. En outre, pour que la Région s'approprie cette information, il faudra développer la formation, souvent en coopération avec les institutions d'enseignement et les milieux d'affaires, mettre en place des antennes de veille, que ce soit par le biais de sociétés de conseil ou de centres de recherche publics ou privés, et enfin organiser le transfert ou le courtage de l'information avec une multiplication des lieux d'échange (par

⁵² Pour plus de précisions, Ibid., 2011, p. 94-95.

⁵³ Ibid., 2011, p. 95.

⁵⁴ « L'information est un bien intangible ou non matériel, qui ne vaut que si elle passe du savoir cumulé (la connaissance) au savoir-faire (l'application), ou encore de la communication à l'action. Elle varie selon celui qui la transmet et en fonction de celui qui la reçoit » (Ibid., 2011, p. 100).

exemple les clubs ou cafés des entrepreneurs) avec des intermédiaires, véritables courtiers en information, qui peuvent se trouver dans des institutions publiques et parapubliques en région, telles les directions régionales des ministères techniques ou les services des chambres consulaires (commerce et industrie, métiers).

L'échange d'informations sera à l'origine de nombreux partenariats et alliances ; l'apprentissage collectif sera vecteur de nouvelles opportunités, « l'intercommunication entrepreneuriale » au sens de Julien et Marchesnay (2011) favorisant alors le changement dans ses aspects les plus positifs : « lorsque la communication est riche de possibilités d'innovation et de ressources pour les mener à bien, la région devient elle-même innovatrice et ainsi très dynamique »⁵⁵.

En définitive, l'interdépendance entre les entreprises et leur milieu territorial est indéniable et conditionne fortement le phénomène entrepreneurial.

Le développement du phénomène entrepreneurial appartient donc aux acteurs locaux, aux individus créateurs de projet entrepreneuriaux et aux agents de développement économique, qui agissent dans un espace donné.

Le dosage, complexe mais nécessaire, entre actions de développement territoriales et initiatives individuelles, suppose une prise de conscience partagée, que Glaser et Strauss (1964) qualifient de « contexte de conscience ouvert » dans lequel les acteurs se connaissent et participent, ensemble, à la construction du phénomène entrepreneurial.

Pour Toutain (2006), « comprendre le lien entre entrepreneuriat et territoire nécessite ainsi de prendre en compte la réflexivité permanente des actions engagées par les agents territoriaux et l'entrepreneur, en s'appuyant sur l'analyse de leur rapport à l'action, au contexte, ainsi qu'aux modes de coopération qui sont développés ».

DE L'UTILITE DES LIENS ENTRE ENTREPRENEURIAT ET TERRITOIRE DANS LE DOMAINE DU TOURISME

En définitive, force est de constater que le lien entre entrepreneuriat et territoire, au sens de lieu privilégié de valorisation touristique des patrimoines, est à creuser.

En effet, et selon les chiffres avancés par Laurice Alexandre (2012), depuis plus d'une décennie, le tourisme est devenu l'une des activités économiques les plus porteuses au monde et cette croissance va se poursuivre dans les prochaines décennies. En France, le poids des activités caractéristiques du tourisme (hôtellerie, restauration, agences de voyages/voyagistes) représente 2,1% de l'ensemble de l'économie et 3 % de la valeur ajoutée (HT au prix du marché) en 2008. La part des emplois directs dus au tourisme est passée de 4,1% de l'emploi privé en 1993 à 7% en 2010. Au 31 décembre 2010, le tourisme compte 1 234 628 emplois salariés, soit 7,5% des emplois salariés totaux dont 261 190 emplois salariés directs dans les activités principales (sans guides

interprètes dont les statistiques ne sont pas connus) et 973 438 emplois salariés indirects en France (métropole et DOM).

Dans une étude récente, l'Institut Français du Tourisme estime que le nombre des emplois des non salariés dans le secteur, comme par exemple les travailleurs indépendants, les partons d'établissements ou les auto-entrepreneurs est estimé à 188 221 au quatrième trimestre 2010 (Alexandre, 2012).

Ainsi, environ 20% de l'emploi dans le secteur concerne les non salariés, ce qui signifie que le tourisme implique une forte proportion entrepreneuriale. Il s'agit souvent de micro-entreprises majoritairement dans le secteur de l'hôtellerie-restauration et les agences de voyages. En effet, 57% des entreprises dans l'hôtellerie-restauration et 70% des entreprises dans le secteur des agences de voyage et voyagistes ont entre 1 et 4 salariés au 31 décembre 2010 (Alexandre, 2012).

Ces chiffres démontrent que l'entrepreneuriat dans le secteur du tourisme est bien développé, et pourtant, la recherche dans le domaine du tourisme est dominée par des géographes et des sociologues. Les études économiques restent concentrées sur l'emploi et le marché du travail essentiellement. Par ailleurs, les études sur l'innovation dans le secteur du tourisme, concernent en majorité l'application des nouvelles technologies (notamment TIC) pour développer des nouveaux produits (m-tourisme, ipad et réalité renforcée, etc.) ou liées au "tourisme durable" (encore dans la phase de conceptualisation...).

Le secteur du tourisme est soumis à des évolutions sociologiques, technologiques et environnementales extraordinairement complexes. Nous avons vu récemment, l'émergence de nouveaux marchés et produits liés aux évolutions technologiques ou les nouveaux défis sociologiques ou environnementaux. Par exemple, le chiffre d'affaires du « e-tourisme » est estimé à 5,2 milliards d'euros, soit 10 et 15 % du marché global du tourisme en 2007 (Alexandre, 2012). La réussite du concept de la « Smartbox » est devenue un cas d'école.

Par ailleurs, les auto-entrepreneurs proposent des services novateurs comme par exemple :

- Les gîtes ou les chambres d'hôtes
- L'interprète ou l'accompagnateur des touristes pour découvrir des monuments, des quartiers dans une ville, ou une région
- L'organisateur de circuits touristiques personnalisés pour des groupes ou des familles.

On parle de plus en plus d'éco-tourisme, d'e-tourisme, de m-tourisme, de tourisme responsable et solidaire, de tourisme ethnique, etc., tant de nouvelles tendances qui transforment le métier.

Ce nouvel essor en matière d'entrepreneuriat dans le domaine du tourisme devrait être à même de perdurer dans un contexte socio-économique favorable aux initiatives en tout genre, susceptibles de contrer une crise omniprésente dans la plupart des secteurs d'activité, et bien entendu également dans celui du tourisme.

⁵⁵ Ibid., p. 104.

La valorisation touristique des patrimoines, considérée du point de vue de la chaîne de valeur de Porter, c'est-à-dire susceptible de créer de la marge et donc une certaine valeur ajoutée, s'inscrit pleinement dans ce contexte. De nombreux exemples de création d'entreprises dans le domaine du tourisme, avec un ancrage certain sur le territoire et sur son patrimoine au sens large, viennent étayer cette thèse de perspectives favorables à l'entrepreneuriat en général et à l'entrepreneuriat comme l'une des finalités de la valorisation touristiques des patrimoines en particulier.

BIBLIOGRAPHIE

- Ajzen I., "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 1991, p. 179-211.
- Alexandre L., « Innovation et entrepreneuriat, le cas du secteur du tourisme en France », Colloque ARSDFL 2012, Belfort, 9-10-11 Juillet 2012.
- Anderson, A.R. et S.L. JACK, « The articulation of social capital in entrepreneurial networks: a glue or a lubricant? », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 14, no 3, 2002.
- Ansoff I., *Stratégie de développement de l'entreprise*, Les Editions d'Organisation, 1989, (éd. or. 1965).
- Arthur M., Rousseau D., (Eds.), *The boundary less career: A new employment principle for a new organizational era*, New York, Oxford University Press, 1996.
- Audretsch D. B., *The entrepreneurial Society*, Oxford, Oxford University Press, 2007.
- Bally A.-F., Cadin L. et Saint Giniez V. de, "Par-delà les frontières organisationnelles : apports et illustration du courant des carrières "nomades" en France", *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre, n°126, p. 58-67.
- Baumol W. J., « Formal entrepreneurship theory in economics : existence and bounds », *Journal of Business Venturing*, vol. 3, 1993, p. 197-210.
- Boissin J.-P., Chollet B. et Emin S., « Les déterminants de l'intention de créer une entreprise chez les étudiants : un test empirique », *M@n@gement*, vol. 12, n°1, 2009, p. 28-51.
- Bonnet J., La dynamique entrepreneuriale du (des) territoire(s) français : entre firmes entrepreneuriales et entrepreneuriat lié à l'économie résidentielle, RCSR (en ligne) ISSN : 1925 – 2218, Vol. 33, N° Spécial, 2012, p. 27-38.
- Bourdieu P., « Le capital social : notes provisoires », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31, 1980, p. 2-3.
- Bourdieu, P., *Les structures sociales de l'économie*, Seuil, Paris, 2000.
- Boutillier S., Uzunidis D., *L'entrepreneur, force vive du capitalisme*, Nice, Bénévent, 2010.
- Brasseur M. (coord.), *Entrepreneuriat et Insertion*, Bruxelles, Bruylant, 2010.
- Braudel F., *Civilisation, économie et capitalisme, T2 Les jeux de l'échange*, Paris, Armand Colin, 1979.
- Bruyat C., « Création d'entreprise, contributions épistémologiques et modélisation », Thèse pour le Doctorat de Sciences de Gestion, Grenoble, 1993.
- Burt R. S., *Structural Holes*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1992.
- Bygrave W. et M. Minniti, "The Social Dynamics of Entrepreneurship", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Spring 2000.
- Cantillon R., *Essai sur la nature du commerce en général*, Réédition INED (1997), Imprimerie Nationale, 1755.
- Chabaud D., Messegem K., « Le paradigme de l'opportunité : des fondements à la refondation », *Revue Française de Gestion*, n° 206, 2010, p. 93-112.
- Commission Européenne, Livre vert « L'esprit d'entreprendre en Europe » COMM (2003) 27 final, 2003.
- Cunningham J. B., Lischeron J., "Defining entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, vol. 29, n°1, 1991, p. 45-61.
- Dubar C., *La Socialisation*, éditions Armand Colin (3ème édition revue), Paris, 2000.
- Fayolle A., "Entrepreneuriat, de quoi parlons-nous?", *L'Expansion Management Review*, septembre 2000, p. 74.
- Fayolle A., *Le métier de créateur d'entreprise*, Editions d'Organisation, 2003.
- Fayolle A., *Entrepreneuriat*, Paris, Dunod, 2004.
- Fayolle A., *Introduction à l'entrepreneuriat*, Dunod, 2005.
- Fayolle A., Barbosa S. D., Kickul J., « Une nouvelle approche du risque en création d'entreprise », *Revue Française de Gestion*, n°185, 2008, p. 141-159.
- Festinger L., *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford, Stanford University Press, 1957.
- Filion L. J., « Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances », Cahier de recherche n°97-01, HEC Montréal, 1997, 36p.
- Gartner W. B., "A framework for describing the phenomenon of new venture creation", *Academy of Management Review*, 10, 1985, p. 696-706.
- Gartner W. B., « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question », *American Journal of Small Business*, vol. 12, n°4, p. 11-32, 1988.
- Giddens A., *The Constitution of society*, Cambridge, Polity Press, 1984 (traduction française, PUF, 1987).
- Glaser B. et A. Strauss, « Awareness contexts and social interaction », *American Sociological Review*, n°29, 1964.
- Granovetter M., "The strength of weak ties : a network theory revisited", in R. Collins (dir.), *Sociological Theory*, San-Francisco, Jossey-Bass, 1983, p. 201-233.
- Granovetter, M., *Le Marché autrement - Les Réseaux dans l'économie*, Desclée de Bouvier, Paris, 2000.
- Gundolf, K., « Dynamiques d'encastrement en TPE de tourisme », *Cahier de l'ERFI*, vol. 011, no 4, p. 123-132, 2004.
- Hernandez E. M., *Le processus entrepreneurial. Vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*, Paris, L'Harmattan, 1999, 256 p.
- Hernandez E. M., *L'Entrepreneuriat. Approche théorique*, Paris, L'Harmattan, 2001, 270 p.
- Hernandez E. M., *L'entrepreneur*, Colombelles, EMS, 2010.
- Hernandez E., M., Marco L., *Entrepreneur et décision – De l'intention à l'acte*, Paris, Editions Eska, 2006.
- Janssen F., *Entreprendre*, Bruxelles, De Boeck, 2009.
- Joule R. V., Beauvois J. L., *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Presses Universitaires de Grenoble, 1987.
- Julien, P.A., *Le développement régional : comment multiplier les Beauce au Québec?*, Les éditions de l'IQRC, Québec, 1997.
- Julien P.A., *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance*, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 2005.
- Julien P. A., Marchesnay M., *L'entrepreneuriat*, Economica, 2011.
- Kirzner I. M., *Competition and entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press, 1973.
- Krueger N., "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, n°1, Fall, 1993.
- Krueger N. F., Carsrud A. L., "Entrepreneurial Intentions : Applying the Theory of Planned Behaviour", *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 1993, p. 315-330.
- Landström H., "The roots of entrepreneurship research : the intellectual development of a research field", Communication de la Conférence Rent XII (Research

- in *Entrepreneurship Small Business*), Lyon, 26-27 novembre 1998, 18 p.
- Lewis, D., *Convention, a Philosophical Study*, Harvard University Press, Cambridge, 1969.
- Lipovetsky G., Charles S., *Les temps hypermodernes*, Paris, Grasset, 2004.
- Loup, S. et A. Paradas, « L'apprentissage dans le cadre d'une mise en réseau dynamique: applications à des artisans d'art », *Sociologies pratiques*, vol. 2, no 13, 2006, p. 91-104.
- Maffesoli M., *Du nomadisme, Vagabondages initiatiques*, Paris, Le Livre de Poche, Biblio-essais, 1997.
- Mangematin, V., « La confiance : un mode de coordination dont l'utilisation dépend de ses conditions de production », *La confiance: approches économiques et sociologiques*, Gaëtan Morin, Europe, 1999, p. 31-56.
- Marchesnay M., « L'Entrepreneuriat : une vue kaléidoscopique », *Revue Internationale PME*, vol. 13, n°1, 2000.
- Marchesnay M., *La rhétorique entrepreneuriale en France : entre sémantique, histoire et idéologie*, Editions de l'ADREG, (http://asso.nordnet.fr/adreg/Entrepreneuriat_editions_adreg.htm), 2009.
- Mcclelland D. C., *The achieving society*, Princeton, Van Nostrand, 1961.
- Messeghem K., Sammut S., *L'entrepreneuriat*, Editions EMS, 2011.
- Miller D., Friesen P. H., "Innovation in conservative and entrepreneurial firms : Two models of strategic momentum", *Strategic Management Journal*, vol. 3, n°1, p. 1-25, 1982.
- Morgan G., *Creative organization theory: A resourcebook*, Newbury Park, London, New Delhi : Sage, 389 p., 1989.
- Morin E., *Introduction à la pensée complexe*, ESF Editeur, Paris, 1990.
- Palich L. E., Bagby D. R., "Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking : challenging conventional wisdom", *Journal of Business Venturing*, vol. 10, n°6, 1995, p. 425-438.
- Polanyi, K., *The Great Transformation*, Beacon Press, Boston, 1944.
- Porter M. E., *L'avantage concurrentiel des nations*, Interéditions, 1993.
- Razafindrazaka T., « L'entrepreneuriat comme outil de développement territorial : construction d'un référentiel théorique », Colloque international « La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé », 11èmes Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat, INRPME – AUF – AIREPME, Trois-Rivières, Canada, 27 au 29 mai 2009.
- Saives, A.L., *Territoires et compétitivité de l'entreprise*, l'Harmattan, Paris, 2002.
- Saillies, S., « Le faible encastrement territorial : handicap ou opportunité pour la création d'entreprise en milieu rural », *Cinquièmes journées de la proximité*, Bordeaux, 28-30 juin 2006.
- Sammut S., « Contribution à la compréhension du processus de démarrage en petite entreprise », Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Montpellier I, 1995.
- Saporta B., « La création d'entreprises, enjeux et perspectives », *Revue Française de Gestion*, novembre-décembre 1994.
- Schelling T., *The strategy of Conflict*, Harvard University Press, Cambridge, 1960.
- Schumpeter J., *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, 1935.
- Schumpeter J. A., *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, Paris, Traduction française : *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York, Harper & Brothers, 1942, 1979.
- Shapero A., « The displaced uncomfortable entrepreneur », *Psychology Today*, vol. 9, November, 1975.
- Shapero A., Sokol L., « The social dimension of entrepreneurship », in Kent C. A., Sexton D. L. et Vesper K. H. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1982.
- Staw B. M., "The Escalation of Commitment to a Course of Action", *Academy of Management Review*, 6, 1981, p. 577-587.
- Stevenson H. H., Jarillo J. C., "Preserving entrepreneurship as companies grow", *Journal of Business Strategy*, vol. 6, p. 10-23, 1986.
- Stevenson H. H., Jarillo J. C., « A paradigm of entrepreneurship : Entrepreneurial management », *Strategic Management Journal*, vol. 11, 1990, p.17-27.
- Toutain O., « Entrepreneuriat, territoire et développement économique : une question de configuration ou de dosage ? », *L'art d'entreprendre, Les Echos - EM Lyon, Entreprendre : un phénomène créateur de richesses économiques et sociales (Cahier 2/10)*, 2006.
- Van De Ven A. H., Poole M. S., « Explaining development and change in organizations », *Academy of Management Review*, 20, 1995, p. 510-540.
- Venkataraman S., « The distinctive domain of entrepreneurship research », in Katz J. A. (Ed.) *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, vol.3, JAI Press, 1997, p. 119-138.
- Verin H., *Entrepreneurs, entreprises : histoire d'une idée*, Paris, PUF, 1982.
- Verstraete T., *Entrepreneuriat, Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Editions L'Harmattan, 1999.
- Verzat C., « Université entrepreneuriale n'est pas un oxymoron », *L'Expansion Entrepreneuriat*, n°1, 2009, p. 27-34.
- Woolcock, M., « Social capital and economic development: toward a theoretical synthesis and policy framework », *Theory and Society*, vol. 27, no 2, 1998, p. 51-208.