

N° 45

Septembre 2001

**Entrepreneurs, création d'entreprise
et désordre économique**

Dimitri UZUNIDIS

DOCUMENTS DE TRAVAIL

n°45

Septembre 2001

**Entrepreneurs, création d'entreprises
et désordre économique**

Dimitri UZUNIDIS

Laboratoire Redéploiement Industriel et Innovation
Maison de la Recherche en Sciences de l'Homme
21, quai de la Citadelle 59140 DUNKERQUE (France)
Téléphone : 03.28.23.71.47 – Fax : 03.28.23.71.10 – email : labrii@univ-littoral.fr
www-heb.univ-littoral.fr/rii

ENTREPRENEURS, CREATION D'ENTREPRISE ET DESORDRE ECONOMIQUE

ENTREPRENEURS, VENTURE CREATION AND ECONOMIC DISORDER

Dimitri UZUNIDIS

RESUME – Dans une économie de management, où la grande entreprise est la norme, quelle est la place de la petite entreprise et de son créateur ? L'entrepreneur incarne, dans l'imaginaire populaire, l'homme orchestre, à la fois fondateur, propriétaire et gestionnaire de l'entreprise. Le portrait du créateur d'entreprise actuel n'est pourtant pas le même que celui de l'entrepreneur des premiers âges des sociétés industrielles. Tandis qu'aux siècles passés les entrepreneurs ont créé les marchés par leurs innovations bouleversantes (chimie, transports, médecine, produits ménagers et autres), aujourd'hui ils s'accaparent des niches laissées inexploitées par les grandes sociétés. Les entrepreneurs modernes sont alors ceux qui savent tirer profit des marchés ; ceux qui savent se rendre indispensables. Dans les trois cas, la nature et la densité du réseau commercial et financier, ainsi que l'importance des relations personnelles que l'entrepreneur saura créer détermineront son succès ou son échec. La réussite de l'entrepreneur dépend de sa capacité de s'entourer de personnes... plus intelligentes que lui.

ABSTRACT – In a management economy, where the large enterprise is the standard, what is the small enterprise and its creation? The entrepreneur embodies, in popular imaginary, the orchestra man, in the same time, founder, owner and manager of the enterprise. The portrait of the actual enterprise creator is not the same one as the entrepreneur of industrial societies first age. While in past centuries, entrepreneurs created markets thanks to their disruptive innovations (chemical, transport, medicine, household equipment and others), today, they cover niches unemployed by large enterprises. The modern entrepreneurs are those who can take advantage of the markets; those who become indispensable. The nature and density of commercial and financial network, and personal relations created by the entrepreneur will determine its success or failure. Entrepreneur's success depends on its capacity to surround himself with people... more intelligent than he is.

TABLE DES MATIERES

Introduction	5
1. L'entreprise : un fait de société	5
1.1. Définir l'entreprise	6
1.2. Décision et pouvoir	6
1.3. Risque et information	7
2. L'entrepreneur : fonction marginale ?	8
2.1. Entrepreneur, qui es-tu ?	8
2.2. Typologie des marges utiles	8
3. L'administration de la création d'entreprise	10
3.1. Le système public d'administration	10
3.2. L'administration par les groupes	11
Conclusion	11
Références	11

Entrepreneurs, création d'entreprise et désordre économique

Dimitri UZUNIDIS

Introduction

Dans un environnement économique extrêmement changeant et difficilement prévisible, la petite entreprise suscite l'intérêt permanent des politiques, des économistes et des futurologues. Elle est, en effet, considérée comme source d'emplois, d'innovation, de richesses et de prospérité. Ses structures souples lui permettent de mieux s'adapter aux aléas du marché et sa faillite ne menace pas l'édifice financier et industriel d'un pays, d'une région ou d'une localité. La création de petites entreprises en grand nombre est considérée comme un moyen privilégié de politique industrielle et de l'aménagement du territoire. Si les grandes entreprises, composées de diverses activités de production, de finance et de commercialisation, tentent à organiser les marchés et l'évolution des technologies, par voie d'alliances, de fusions, de pactes et d'intrusion politique, l'espoir du renouveau économique se concentre dans la petite entreprise. Celle-ci s'accorde parfaitement avec les besoins de l'économie. Elle constitue une formidable machine de valorisation et de destruction de capitaux ; elle se présente aussi comme une sorte de vecteur de valeurs, dans la mesure où elle établit des ponts de transit des ressources productives (capitaux financiers, technologies, main-d'œuvre de différentes qualifications et compétences) vers les activités, les marchés et les grandes entreprises susceptibles de réaliser des profits.

Mais la conception et la conceptualisation de la petite entreprise sont indissociables de l'image et du profil de son créateur. La théorie économique et l'analyse sociologique se sentent alors obligées d'introduire dans la méthode et le processus intellectuel le personnage mythique de l'entrepreneur (Boutillier, Uzunidis, 1999). Il s'agit de prendre en considération les caractéristiques socio-psychologiques du créateur d'entreprise, doté nécessairement d'un esprit implacable d'entreprise, d'une grande capacité de jugement économique et d'une forte personnalité, motivée et déterminée. L'observation montre pourtant que la création d'entreprise est avant tout le résultat d'une coopération, d'un processus collectif. D'une part, parce que tout un environnement institutionnel est bâti pour favoriser la création d'entreprise : aides de l'Etat et associatives, stratégies délibérées des grandes entreprises et des institutions bancaires et financières. D'autre part, parce que le rôle de l'entrepreneur change : il est le plus souvent celui qui, en créant son activité, s'infiltrer là où la grande entreprise est absente ; il ne peut plus être vu comme l'initiateur de vagues importantes d'investissement, comme se fut le cas aux temps héroïques décrits, si bien, par J.A. Schumpeter (Schumpeter, 1947).

1. L'entreprise : un fait de société

Pour comprendre et pour étudier l'entreprise, l'économiste pose son regard sur l'organisation interne des entités de production et sur leur environnement (marché, concurrence, administrations,...). Sa vision systémique le conduit à considérer l'entreprise comme une entité vivante dont la naissance, la croissance, la survie ou la mort sont conditionnés par un ensemble de rapports contradictoires entre l'entité et son environnement et entre les organes internes de l'entité. L'économiste va même jusqu'à affirmer que l'entreprise en tant que telle n'a aucune signification ; ce qui compte sont ses relations avec les autres entreprises, avec les marchés ou avec les institutions (Joan Robinson, 1971).

1.1. Définir l'entreprise

L'entreprise est couramment définie comme étant une unité économique, un ensemble de facteurs de production combinés, dont l'activité aboutit à la fabrication des biens et à la prestation des services vendus sur un marché. Son objectif est la réalisation des profits essentiellement et durablement supérieurs par rapport à ceux de concurrents et suffisants pour financer ses investissements et sa croissance. L'agrandissement de sa taille est pour l'entreprise une autre condition qui doit la préserver des attaques de la concurrence et des fluctuations de la demande.

La réalité de l'entreprise est ainsi complexe : c'est un centre de décision juridiquement autonome qui met en œuvre une stratégie, se fixe des objectifs et se donne les moyens pour y parvenir. Son statut est le plus souvent celui d'une société, dotée d'une personnalité morale, distincte de celle de ses membres ou de ses actionnaires. L'entreprise est aussi une organisation sociale qui associe des personnes avec des compétences différentes liées par des rapports hiérarchiques de pouvoir et de responsabilité.

L'autonomie économique de l'entreprise est toute relative. D'une part, parce que les contraintes que lui impose son environnement légal et marchand limitent ses marges de manœuvre. Son besoin de réaliser un profit, garant de sa bonne santé, la conduit à se mettre en situation de conflit ou de coopération avec d'autres entreprises, de modifier son statut au fil de l'augmentation de son capital social, de protéger, de diversifier et d'accroître ses marchés. D'autre part, la propriété de son capital peut parfois appartenir, en totalité ou en partie, à une autre entreprise : les filiales et autres entreprises soumises à des liaisons et intégrations financières complexes sont dépendantes des décisions du groupe auquel elles appartiennent.

1.2. Décision et pouvoir

Décision et le pouvoir sont les deux maîtres mots du fonctionnement de l'entreprise. Le système de décision de l'entreprise assure la régulation de ses activités. Il est construit par le jeu de pouvoir et de contrôle entre les propriétaires de l'entreprise et sert à définir le pouvoir décisionnel de son manager et de ses cadres. En règle générale, une décision est prise à trois niveaux de pouvoir : opérationnel (il s'agit des tâches de production dans l'entreprise) ; de gestion (les tâches d'organisation, de surveillance et de procédures) ; stratégique (tâches de programmation, de planification, de politique générale). Les organigrammes qui se mettent en place selon ce schéma, reflètent la structure administrative de l'entreprise. La théorie des organisations (Williamson, 1986) nous enseigne que l'organigramme d'une entreprise présente ses hiérarchies, ses fonctions et ses activités en rapport du lieu de décision, de la structure d'information, des facteurs de cohérence et du centre de dynamique de fonctionnement.

Les différentes fonctions présentées par l'organigramme sont liées entre elles par a) des flux d'ordres qui circulent du haut vers le bas entre les trois niveaux décisionnels et qui expriment une certaine rationalité technique et décisionnelle ; b) des flux d'information techniques, économiques et financières qui circulent entre services, départements et filiales ; c) des flux financiers engendrés par la budgétisation des activités des services, départements et filiales, mais aussi par la réalisation de contrats entre filiales et société-mère et avec d'autres entreprises indépendantes.

La complexité de ces structures nous éloigne très rapidement du constat que l'on peut faire sur l'organisation d'une petite entreprise, employant quelques salariés, produisant en petites séries, mobilisant peu de capital, servant de marchés réduits ou très spécialisés, fondée par une personne dont l'ambition est de réaliser un projet d'innovation, d'enrichissement et d'« épanouissement » personnel et où le patron intervient dans la production et représente à lui tout seul les trois niveaux de décision. Cet éloignement de l'archétype de l'entrepreneur – créateur et propriétaire de l'entreprise – peut être expliqué par le fait que l'observateur rencontre dans la vie quotidienne un type d'entreprise, de taille conséquente, apte à mobiliser et à immobiliser des grandes quantités de capital, de moyens de production et de travail ; apte aussi à produire en grande quantité de biens et services multiples.

1.3. Risque et information

L'entreprise est contrainte d'accroître sa taille pour ne pas disparaître. Elle doit en effet contrôler en partie son avenir pour satisfaire, dans les meilleures conditions lucratives possibles, les attentes de ses propriétaires. Pour ce faire, elle doit réduire l'incertitude qui caractérise le fonctionnement du marché en se donnant tous les moyens nécessaires pour capter, trier, traiter et utiliser le plus grand nombre d'informations économiques, technologiques, financières, commerciales, politiques. Plus l'environnement est changeant, plus la rotation du capital est rapide, plus le rythme d'innovations est élevé, plus le risque de défaillance dans le processus de « destruction créatrice » augmente. L'information devient alors l'arme concurrentielle par excellence (Laperche, 1998).

Dans les années 1930 déjà, R. Coase (Coase, 1937) pose la question de l'existence de la firme. Les coûts de transactions sont tellement lourds à supporter que l'entreprise doit, d'une part contrôler en stabilisant ses ressources productives, et, d'autre part se protéger derrière les fameuses barrières à l'entrée sur son marché des nouveaux concurrents qu'elle-même construit. La concurrence devient alors non seulement imparfaite, mais se transforme à un jeu de bataille (combinant guerre économique et pactes temporaires d'alliances) entre groupes industriels et financiers géants. La place laissée aux petits entrepreneurs est alors marginale et instable.

L'élargissement, l'emboîtement et le renouvellement continus des marchés, déterminés par l'évolution combinée du profit et de la rente financière, accroissent les risques commerciaux (combien de produits ne sont-ils pas retirés du marché avant que les investissements réalisés en vue de leur production ne soient amortis, avant même qu'ils ne soient connus par les consommateurs ?) et les risques financiers (combien d'entreprises n'ont-elles pas défailli, c'est l'exemple des entreprises d'Internet aux Etats-Unis et en Europe, pour des raisons de spéculation et d'endettement avant même qu'elles n'attaquent leur marché faute de clients ?). L'entreprise doit alors investir de grandes sommes d'argent pour se constituer un système informationnel important, pour s'armer contre ces risques, pour innover constamment, pour rassurer ses actionnaires, ses financiers et les politiques de différents pays et pour capter et fidéliser sa clientèle.

2. L'entrepreneur : fonction marginale ?

Si chaque entreprise se trouve intégrée dans des structures plus globales d'interrelations industrielles et financières, la fonction actuelle de l'entrepreneur ne peut être définie que dans ce même cadre. La création d'une petite entreprise est indissociable des flux d'échanges entre entreprises d'activités différentes et des relations d'influence, de pouvoir ou de coopération. La fonction de l'entrepreneur peut être appréhendée par rapport au fonctionnement des grands et puissants centres de décision politico-économiques.

2.1. Entrepreneur, qui es-tu ?

Dans la théorie et dans l'histoire de la pensée économiques, l'entrepreneur est celui qui combine les facteurs de production pour donner naissance à des nouveautés marchandes. La création d'entreprise et l'innovation incarnent cette capacité de combinaison réussie. A la tête de son entreprise, l'entrepreneur organise la production, assume les risques et exerce une autorité. Sa capacité de juger le potentiel du marché et des personnes l'aide à devenir « capitaine d'industrie ». Mais, dans les faits les études sociologiques montrent que la fonction de l'entrepreneur est créée par la contrainte économique. Celle-ci peut prendre différents visages : celui de l'inemploi (nous rencontrons de nombreux chômeurs qui créent leur entreprise pour créer leur propre emploi) ; celui de l'opportunisme (certains initiés du monde économique, aidés par leurs relations et par leurs connaissances et expériences technologiques, se lancent dans des marchés émergents) ; celui de la tradition (le petit commerce et l'artisanat se transmettent le plus souvent de génération en génération ; les enfants reprenant l'affaire de leurs parents).

Les qualités personnelles et la personnalité jouent certainement un rôle important dans la décision de créer ou de reprendre une petite entreprise. Mais la fonction et l'action d'entreprendre sont définies par la dynamique macro-systémique d'accumulation et de profit. Cette dynamique est créatrice de barrières et d'opportunités d'enrichissement personnel qui font qu'un individu devient entrepreneur, pour, par la suite, réussir ou rater. Le fait est que « on ne naît pas entrepreneur, on le devient » : on le devient par la mobilisation de ce que nous nommons « capital social » composé de capitaux, de connaissances et de relations (Boutillier, Uzunidis, 2000-1, 1999, 1998-2). Le capital pour l'investissement et le fonctionnement ; les connaissances pour le choix et la décision ; les relations pour le financement, l'association et l'écoulement de la production.

La création d'une entreprise est ainsi le résultat de l'apparition d'une faille dans l'édifice économique constituée a) par le différentiel de profit du fait de l'imperfection des marchés et des obstacles à la mobilité des ressources productives et des marchandises, b) par l'appareil institutionnel favorisant et valorisant la fonction de l'entrepreneur, c) par la mobilisation du « capital social » nécessaire, tributaire de cette fonction.

2.2. Typologie des marges utiles

La catégorie sociale des entrepreneurs dans tous les pays industriels actuels n'est pas homogène, mais a, dans son ensemble, la même fonction : dynamiser les espaces entrepreneuriaux des grandes entreprises et créer des emplois peu qualifiés, suite à la réduction du rôle d'employeur que l'Etat a dû jouer après la deuxième guerre mondiale et jusqu'à la fin des années 1970. Nos études nous conduisent à dessiner trois profils-types

d'entrepreneurs : l'entrepreneur technologique, l'entrepreneur de proximité, l'entrepreneur traditionnel.

L'entrepreneur technologique, d'abord, est celui qui ressemble le plus à celui décrits par les économistes de la croissance. Initiateur d'innovations, il crée son entreprise dans les secteurs des hautes technologies (la « nouvelle économie » de l'information et de la communication, des réseaux télématiques et des biotechnologies, est peuplée des jeunes diplômés avides de pouvoir et d'ambitions financières). Mais la pertinence de la théorie économique libérale sur ce sujet s'arrête là. La réussite de ce type d'entreprise dépend des politiques publiques en matière de recherche et d'industrie, ainsi que de la stratégie des grandes entreprises qui facilitent la création des petites entreprises innovantes. Tandis que la fonction de ce type d'entrepreneur sera accomplie à condition que le créateur d'entreprise mobilise une grande quantité de connaissances scientifiques et techniques qui lui permettront d'accéder à des sources riches en capitaux financiers (capital-risque, subventions, prêts).

L'entrepreneur de proximité ensuite est situé à l'autre extrémité de la hiérarchie sociale. Il est directement le produit du désordre économique actuel et des mesures appliquées par les gouvernements pour tenter de remédier au chômage et à la précarité. Il bénéficie de l'aide à l'emploi et prend souvent naissance au sein des mouvements associatifs. Son entreprise se situe essentiellement dans les services aux personnes et dans la production artisanale de petites séries. Il réinvente des métiers dévalorisés, ou autrefois pris en charge par la famille élargie : restauration et soins à domicile, soutien scolaire, travaux ménagers, etc. Il crée un autre lien social en raison du vide laissé par le chômage. Cet entrepreneur valorise souvent une expérience professionnelle et fait appel à ses relations familiales, personnelles et politiques pour s'infiltrer dans une économie bien localisée (village, quartier d'une ville). En France, il est même question de formaliser ce type d'entreprises, de l'amalgamer avec le monde associatif, pour l'englober dans un « tiers secteur », celui qui complète le secteur public et le secteur concurrentiel (Lipietz, 1999).

L'entrepreneur traditionnel existe de tout temps, en période de désordre ou de stabilité institutionnelle. Il s'agit du petit commerçant, de l'artisan, du sous-traitant des grandes entreprises. Sans envergure et sans grande possibilité d'agrandissement, il s'appuie sur la tradition économique de la famille ou travaille sous la tutelle d'un donneur d'ordres. Les petits commerçants ou les artisans, ainsi que les fournisseurs de pièces aux grands établissements manufacturiers sont les exemples les plus courants.

Suite à cette observation typologique, nous remarquons que l'entrepreneur actuel et sa petite entreprise sont indispensables pour a) la mise en cohérence des espaces entrepreneuriaux des grandes entreprises ; b) la réactivation des tissus micro-sociaux locaux ; c) l'allègement ponctuel de la charge que présentent le chômage, l'inactivité et la précarité.

3. L'administration de la création d'entreprise

Le désordre économique actuel (perte de repères socio-économiques, accumulation du capital aléatoire, marchés incertains et imprévisibles,...) est une cause, mais aussi une conséquence de l'application des recettes libérales d'assainissement des économies industrielles, rongées par l'inflation, débordant de marchandises et de capitaux inutilisés (Uzunidis, 2000). La rigidité des années 1970 a suivi, dans les années 1980 avec Mme Thatcher en Grande Bretagne et M. Reagan aux Etats-Unis, par la flexibilité. Celle-ci devait donner une chance inespérée à la créativité et l'entrepreneuriat. Mais, depuis deux décennies les pouvoirs publics et les grandes entreprises ont mis en œuvre un important dispositif d'administration de la création d'entreprise.

3.1. Le système public d'administration

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) incite les Etats d'intervenir dans l'économie pour « stimuler l'esprit d'entreprise » (OCDE, 1999). Propos paradoxal de la part d'un organisme qui défend le marché et l'initiative individuelle. Mais le fait est que dans tous les pays dits « libéraux » les gouvernements encadrent et administrent activement la création d'entreprises. Les aides financières, logistiques et juridiques sont nombreuses, mais leur efficacité est discutable. L'administration étatique de la création d'entreprise est un des piliers d'une politique d'offre qui cherche à promouvoir l'innovation et à accélérer le rajeunissement des marchés.

Dans les années 1980, les politiques publiques privilégiaient les entreprises innovantes, issues de la recherche universitaire (informatique, microélectroniques, nouveaux matériaux, biotechnologies, pharmacie, notamment). La Silicon Valley en Californie, aux Etats-Unis, a largement été imitée en Europe Occidentale et en Asie Orientale. Les parcs scientifiques, les pépinières et autres zones d'entreprises ont émergé autour des grandes villes universitaires. L'objectif est celui de la valorisation marchande de la recherche en introduisant l'entrepreneuriat dans le travail du scientifique, de l'ingénieur ou de l'universitaire. Cette politique a été aussi considérée comme une politique de développement et d'aménagement des territoires faisant apparaître des pôles régionaux d'innovation et d'excellence par une création massive d'entreprises technologiques. Pourtant, depuis les années 1990, la politique change. Les aides à la création d'entreprises doivent aussi répondre à des objectifs sociaux. Les Etats, en association avec les banques, favorisent désormais l'« entrepreneuriat du pauvre » : la création d'entreprises par les personnes en difficulté économique et sociale. Aujourd'hui en Europe et aux Etats-Unis, une entreprise sur deux est créée par une personne au chômage ou à la recherche d'un emploi. Nous sommes loin de la conception héroïque de l'entrepreneur...

En France, 3000 institutions publiques ou parapubliques interviennent pour soutenir les créateurs d'entreprise. Mais, moins de 2% des entreprises créées tous les ans bénéficient de leur appui ! Lourdeurs bureaucratiques, incompétence des conseillers, services incomplets,... les entrepreneurs se plaignent de la déconnexion de l'administration par rapport au monde du marché et par rapport à ses objectifs initiaux.

3.2. L'administration par les groupes

L'aide à la création d'entreprises fait partie conjointement de la politique de l'emploi et de la politique industrielle et de l'innovation. La petite entreprise est donc « fabriquée » par l'action combinée des gouvernements et des grandes entreprises industrielles et financières ; ce qui est clairement souligné par l'Administration des petites entreprises aux Etats-Unis (SBA, 2000) : pour être compétitive sur les marchés internationaux, la grande entreprise transforme ses fonctions internes en unités indépendantes et fait appel très souvent aux petites entreprises spécialisées. D'un autre côté, ce processus d'externalisation d'activités et de simplification des organigrammes des groupes est facilité par les mesures juridiques et fiscales des Etats : les lois sur l'allégement fiscal des holdings et sur l'extraterritorialité des filiales financières permettent les groupes de gérer plus facilement leurs contrats de partenariat, de sous-traitance et de licences. Le contrôle financier que cet éclatement des structures de production exige favorise la création de petites entreprises qui fleurissent dans des « niches » de marché et de technologie spécifiques.

Les petites entreprises innovantes s'introduisent dans des réseaux formés par les grands groupes. C'est le cas des parcs scientifiques où les firmes détenant des avantages technologiques et commerciaux de grande envergure créent elles-mêmes de petites entreprises spécialisées (de sortes de laboratoires de recherche) gérées par les entrepreneurs-chercheurs. Dans d'autres cas, ce sont les cadres de la grande entreprise qui sont priés par la société-mère de créer une entreprise d'expérimentation de technologies nouvelles. Il n'est pas rare non plus de voir l'apparition d'un « entrepreneuriat de spéculation » au profit des grandes entreprises. Il s'agit des personnes très qualifiées qui, aidés par les prêts bonifiés et les subventions étatiques, créent une entreprise pour la revendre à une plus grande après que le produit ou le procédé de production soit mis au point.

La connexion absorbante des petites entreprises spécialisées avec les groupes est réalisée grâce à la stratégie de la finance. Les sociétés de capital-risque (sociétés de prise de participation dans le capital d'une entreprise qui vient d'être créée), les business angels (individus fortunés qui investissent dans des projets innovants) et autres financiers (les Fonds de pension sont très actifs) engagent les capitaux des épargnants dans les nouvelles entreprises des technologies de l'information et des biotechnologies. Le point commun entre Internet et le matériel génétique est l'attrait de spéculation qui ont provoqué durant la seconde moitié des années 1990. Les plus chanceuses de ces petites entreprises ont été rachetées au prix fort par Cisco, Microsoft, IBM, Ericsson, Vivendi, etc. pendant les années de l'euphorie boursière (1997-1999). Mais beaucoup d'autres ont disparu, par manque d'intérêt de la part des grands groupes, des consommateurs et des financiers spéculateurs. Les Bourses des valeurs de haute technologie (le Nasdaq aux Etats-Unis, d'abord) se sont effondrées en 2001, portant atteinte à la légende de l'entrepreneur.

Conclusion

La mode de la petite entreprise s'appuie à un discours mythique : celui de l'entrepreneur. Nous avons montré que celui-ci est le plus souvent une simple émanation administrée du système étatique, financier et industriel organisé par la grande entreprise. Le problème du chômage et le besoin en marchandises et technologies nouvelles font que les gouvernements et les grands groupes privés coordonnent leurs efforts pour mieux favoriser la création d'entreprises. Peut-on alors affirmer que cet intérêt soudain pour l'entrepreneur est

une sorte d'aveu d'impuissance du système de l'entreprise mondiale face à l'incertitude des marchés et à l'évolution rapide du progrès technique ? Le fait est que la création d'entreprise est aujourd'hui un fait de société majeur : pour le contribuable qui finance cette création, pour l'Etat qui s'angoisse du chômage et de la précarité, pour la grande entreprise qui externalise ses risques et ses coûts, pour le spéculateur qui espère ou qui déprime dans une totale confusion boursière.

Presque à chaque coin de rue, nous pouvons rencontrer trois types d'entrepreneurs : l'entrepreneur technologique, l'entrepreneur de proximité, l'entrepreneur traditionnel. Le premier cherche à mettre en valeur ses connaissances scientifiques et techniques de haut niveau. Le deuxième type d'entrepreneur intervient dans les activités de faible valeur ajoutée et cherche plutôt une planche de salut pour échapper à la précarité. L'économie solidaire regorge de ces entrepreneurs, financés souvent par l'État, les collectivités territoriales, l'épargne de proximité et la famille. Le troisième type est celui qui existe de tout temps, secoué par les grandes entreprises, mais jamais disparu : commerçants, artisans, indépendants (boulangers, réparateurs, coiffeurs...). La famille et la banque sont ses partenaires privilégiés.

L'entrepreneur, créateur et propriétaire de son entreprise, est certainement un personnage de légende dans la théorie économique et sociologique. Mais sa fonction actuelle est fortement liée aux aléas économiques que les Etats et les grandes entreprises cherchent à apaiser par des mesures d'aide à la création et par des dispositifs d'administration de l'acte d'entreprendre.

Références

- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1998-2), De l'entrepreneur héroïque à l'entrepreneur socialisé, les métamorphoses de la petite entreprise, *Innovations, Cahiers d'Economie de l'Innovation*, n°8, Paris.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1999), *La légende de l'entrepreneur*, coll. Alternatives Economiques, Ed. Syros, Paris.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2001-1), L'utilité marginale de l'entrepreneur, *Innovations, Cahiers d'Economie de l'Innovation*, n°13, Paris.
- COASE R. (1937), The Nature of the Firm, *Economica*, n°4, Washington.
- LAPERCHE B. (1998), *La Firme et l'Information*, coll. Economie et Innovation, Ed. L'Harmattan, Paris.
- LIPIETZ A. (1999), *L'opportunité d'un nouveau type de société à vocation sociale*, rapport au gouvernement français.
- Organisation de la coopération et du développement économiques (1999), *Stimuler l'esprit d'entreprise*, OCDE, Paris.
- Références
- ROBINSON J. (1971), *Hérésies économiques*, Ed. fr., 1972, Paris, Calmann-Lévy.
- SHUMPETER J.A. (1947), *Capitalisme, Socialisme et démocratie*, Ed. fr., 1990, Paris, Payot.
- U.S. Small Business Administration (2000), *The Third Millennium: Small Business and Entrepreneurship in the 21st Century*, SBA, Washington.
- UZUNIDIS D. (2000), Cycles, innovation et changement social, *La Pensée*, n°323, juillet-septembre, Paris.
- WILLIAMSON A.O. (1986), *Economic Organisation: Firms, Markets and Policy Control*, Wheatsheaf Books, Brighton.