

ENTREPRENEURIAT ET DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL, ÉVOLUTION DE LA CRÉATION D'ENTREPRISES DANS LE TERRITOIRE DUNKERQUOIS (NORD-FRANCE) ENTRE 1993 ET 2005

Sophie Boutillier

Laboratoire de Recherche sur l'industrie et l'innovation (Lab. Rii)

Université du Littoral Côte d'Opale

Maison de la recherche en sciences de l'homme

21 Quai de la citadelle

BP 35 528

59 383 Dunkerque cedex 1

France

Sophie.Boutillier@univ-littoral.fr

Résumé.

Cet article retrace une série d'enquêtes menées entre 1993 et 2005 dans la Communauté urbaine de Dunkerque (CUD) sur la création d'entreprises par le Lab. Rii / ULCO à partir du même questionnaire, construit sur le concept du potentiel de ressources de l'entrepreneur (PRE). Le PRE se compose des connaissances, des ressources financières et relationnelles de l'entrepreneur. La création d'une entreprise est un acte social (Granovetter, 2000) car les ressources de l'entrepreneur sont issues du milieu dans lequel il est inséré (Shane, 2003). Ce milieu est défini par une proximité géographique, sociale (ou professionnelle) et cognitive (et relationnelle). La majeure partie des entrepreneurs interrogés sont originaires de Dunkerque et de la région du Nord / Pas de Calais, sont faiblement diplômés (37% n'ont aucun diplôme), ont une expérience professionnelle en tant qu'ouvrier ou employé et créent une entreprise sans salariés faute de ressources financières. Dans un contexte de chômage élevé, la création d'entreprise constitue une stratégie pour ne pas être au chômage. Pour l'ouvrier dunkerquois, cette évolution est très importante, parce que la création d'entreprise ne fait pas partie de ses valeurs culturelles. Etre un entrepreneur, c'est être un patron (or le Nord / Pas de Calais fut l'une des régions pionnière de l'industrialisation en France et d'un important mouvement socialiste au 19^{ème} siècle). De nombreuses structures ont été créées depuis les années 1990 pour aider le futur créateur et pour créer de nouvelles valeurs sociales. Ce mouvement de création d'entreprises est déconnecté de la zone d'industrie lourde qui s'inscrit d'emblée dans une dynamique mondiale (dont le port est le symbole). Ces nouvelles entreprises se développent sur un marché local ou régional.

Mots clés : territoire, entrepreneur, opportunité

Abstract. Evolution of new business start-ups in the territory of Dunkirk (Northern France) between 1993 and 2005

Since the 1960s, the economy of Dunkirk has been based upon the steel and maritime transport industries that operate with complementary synergy, in spite of numerous restructuring operations during the 1970s and 1980s. Since the 1990s particularly, Dunkirk authorities have worked to increase the attractiveness of the local economy, positioning it at the beginning of the 21st Century as a major industrial area with the highest concentration of enterprises classified SEVESO in Europe.

The industrialization of Dunkirk began in 1960, based upon the model of "poles of growth" (Perroux, 1955, 1961) which itself was based upon the concept of ratchet effects produced by large enterprises as engines of growth in the communities in which they operate. Large enterprises and an important salaried class were incontestable signs of industrial modernity. Twenty years later,

however, the signs of crisis were becoming evident to entrepreneurs, state authorities and the scientific community: large enterprises were restructuring and employment was beginning to decline.

Since the 1980-1990 period, new development schemes have appeared including new concepts for analyzing and understanding them such as “innovative milieus,” “industrial districts,” “local productive systems,” and “clusters”. The future of industrial activity now lies in the creation of new, small enterprises in close proximity to one another and also to the global economy. A new “regionalism” is developing also, described and analyzed by economists and sociologists who seek to understand characteristics of “winning areas” (Benko and Lipietz, 1992). In this evolving context, the entrepreneur, who may possess a Ph. D in the physical or chemical sciences, evolves into a new role as innovator and job creator. A new entrepreneurial dynamic has also emerged among large enterprises and universities and research centres. Typically, new entrepreneurs have a PhD in the physical or chemical sciences.

This article presents a set of case studies conducted between 1993 and 2005 in Dunkirk, on enterprise creation, by the Lab. Rii/ULCO, utilizing a questionnaire oriented to measuring the “resource potential” of each entrepreneur (RPE). Analytically, the RPE is comprised of three elements: knowledge resources, financial resources and the social capital resources of the entrepreneur. We argue that the creation of a new enterprise is a social activity (Granovetter, 2000, 2003) because entrepreneurial resources stem from the milieu in which the entrepreneur is inserted (Shane, 2003). This milieu is defined by its geographical, social (or professional) and cognitive (or relational) proximity.

Most of the entrepreneurs in the study are “born” in Dunkirk or in the Nord-Pas de Calais region. Thirty-seven percent have no college degree, but prior to creating their enterprise, they worked for large or medium size enterprises. Most created their enterprise without support from hired employees because they lacked financial resources. Within the context of high unemployment, then, the creation of a new business is often a consequence of a strategy to create one’s own employability. This is somewhat revolutionary for Dunkirk salaried workers because enterprise creation lies outside of cultural values or prior “frame of reference.” To become an entrepreneur, if one is successful, is to become an employer (the Nord /Pas de Calais region has been a pioneering industrial area in France and also an important part of the socialist movement during the 19th and 20th centuries). More recently, however, since the 1990s the local authorities of Dunkirk have found structures to support business creation, which also has meant supporting the creation of new social and cultural values.

The story of these new enterprises in Dunkirk cannot be compared per se, with the dynamic, innovative geographical regions featured in the professional literature. Indeed, for the most part these new enterprises could not be described as innovative. Instead, they are created to develop commercial services for particular populations. These new entrepreneurs have created value out of relationships of proximity (including family relationships, especially). As such, they represent important social capital, constructed as a consequence of their commitment to personal and family life in the Nord/Pas de Calais area.

This movement of small business creation is quite disconnected from the heavy industrial economy of Dunkirk, itself inserted into the global economy (of which the Port of Dunkirk is the symbol). We do not observe in Dunkirk a synergy of development between heavy industry and small new business activities.

Key Words: Territory, entrepreneur, opportunity
Codes JEL / JEL-Codes: L26, R11, R58

Introduction

Depuis la décennie 1960, l’économie dunkerquoise est fondamentalement orientée vers la sidérurgie et l’activité portuaire complémentaire, aujourd’hui encore malgré les restructurations multiples depuis la fin des années 1970. Pour renforcer son pôle industriel, depuis cette période, la politique menée par les autorités publiques locales a été d’accroître l’attractivité industrielle du territoire, d’où le développement d’une importante zone

industrielle, qui regroupe en ce début de 21^{ème} siècle la plus forte concentration d'entreprises classées SEVESO d'Europe (soit 13 établissements). Cette prépondérance du secteur industriel se retrouve dans la répartition de la main-d'œuvre. Plus de 50% de la main-d'œuvre est salariée dans le secteur secondaire, lequel ne représente cependant qu'environ 16% du nombre total des établissements (tous secteurs d'activité confondus). Le secteur tertiaire en revanche emploie environ 47% de la main-d'œuvre salariée et concentre plus de 81% des établissements tous secteurs confondus (Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque) (Boutillieret Uzunidis, 1997; Boutillier, 2004).

L'industrialisation dunkerquoise, qui débute avec la décennie 1960, constitue une illustration grandeur nature du modèle des pôles de croissance de F. Perroux (Azan, 2007; Perroux, 1955, 1961; Zimmermann, 2008) reposant sur le principe des effets d'entraînement générés par des entreprises moteurs sur leur environnement de proximité. C'est l'ère de la reconstruction et des premiers pas de l'Union européenne. Les perspectives de croissance sont bonnes. Vingt années plus tard environ, les premiers signes de crise se manifestent tant sur le terrain que parmi la communauté scientifique. « Les années 1970 sont celles du désarroi : les recettes proposées par la science régionale depuis le milieu des années 1950 se révèlent de plus en plus inefficaces » (Claval, 2008 : 173). À partir des années 1980, le « nouveau régionalisme » se constitue avec l'émergence d'un grand nombre d'études sur les « milieux innovateurs », les « districts industriels », les « clusters », les « systèmes productifs locaux », les « grappes d'entreprises », « région apprenante », « spécialisation flexible », ... (Claval, 2008 : 174; Daumas, 2007). On s'interroge sur les raisons qui conduisent certaines régions à la réussite (Benko et Lipietz, 1992). L'organisation de la production repose alors sur des relations fortes de proximité, à partir desquelles s'épanouit un climat de confiance propre au développement des affaires. Ces idées s'imposent au point, parfois, de devenir des dogmes incontestables (Daumas, 2007), mais à l'heure actuelle, nombre de chercheurs s'interrogent sur les raisons du succès économique de certains espaces territoriaux que l'on nomme « cluster » ou « pôle de compétitivité ». La question du rôle respectif de l'État et de l'initiative individuelle fait l'objet d'âpres débats (Potter et Miranda, 2009).

Depuis ces dix dernières années, la création d'entreprises augmente régulièrement (environ 8% entre 1999 et 2004) à Dunkerque appuyée par une volonté politique forte (rénovation des friches industrielles, création de boutiques de gestion, soutien de la Chambre de commerce et d'industrie...), plus qu'en raison d'un soudain regain de l'entrepreneuriat. Le pôle industriel n'agit pas comme une sorte de catalyseur en matière de création d'entreprises. Les nouvelles créations que nous avons étudiées ne sont pas le résultat d'une stratégie d'externalisation de certaines activités industrielles ou de services par les grandes entreprises qui sont en revanche directement connectées sur l'économie mondiale. Elles se juxtaposent aux grandes entreprises. Elles sont pour la plupart une réponse face à des difficultés d'insertion professionnelle. La plupart de ces nouveaux créateurs ne fuient pas le salariat sur lequel ils ont construit (pour les plus âgés) leur existence. C'est le salariat qui les a exclus. L'indépendance est le produit d'un choix ou d'une volonté qui est souvent subie (De Barros et Zalc, 2007).

Bien que ces entreprises se constituent grâce à de fortes relations de proximité, elles sont déconnectées du pôle industrialo-portuaire sommairement décrit plus haut. La création d'entreprises nouvelles ne porte pas sur des activités de sous-traitance industrielle, mais davantage sur des services, services à la personne, commerce de proximité

notamment. Le marché de ces entreprises est constitué par des particuliers. Pourtant, les grandes entreprises dunkerquoises emploient un grand nombre de sous-traitants.

Nous avons réalisé entre 1993 et 2005, une série d'enquêtes auprès des nouveaux entrepreneurs dunkerquois. Ceux-ci ont été choisis parce qu'ils avaient créé une entreprise l'année précédant l'enquête. Ce travail d'enquête a été réalisé avec le soutien de la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque à partir d'un questionnaire visant à déterminer les raisons qui ont conduit ces individus à devenir entrepreneurs. Ce questionnaire a été élaboré à partir du concept du « potentiel de ressources » de l'entrepreneur qui se décompose en trois parties : ressources financières, connaissances et relations sociales (Alvarez et al, 2005; Boutillier et Uzunidis, 1995, 1999, 2003, 2004, 2006); Davidsson et Honig, 2003); Putman, 1995); Shane, 2003; Steyaert et Horth 2003). Pour créer son entreprise, l'individu tire ses ressources de son environnement économique et social (d'où l'importance du réseau de relations sociales). En retour, il crée des richesses et des emplois qui contribuent au développement territorial.

La question de la motivation est très importante dans un territoire comme Dunkerque où la norme est le salariat et où créer son entreprise, c'est « passer de l'autre côté, celui des patrons »... La culture ouvrière est très différente (Verret, 1979); Schwartz, 1990) de la culture entrepreneuriale (Audretsch, 2007) qui s'est développée progressivement dans les grands pays industriels depuis les années 1980. L'ouvrier est un salarié. Il n'est pas propriétaire de son outil de travail, contrairement à l'entrepreneur (aussi petite soit la taille de son entreprise), qui s'est généralement fortement endetté pour acquérir les équipements de production indispensables à son activité (Gresle, 1981). L'entrepreneur est un employeur, il dirige, il manage son entreprise. La survie ou le développement de son entreprise est directement lié aux décisions stratégiques qu'il sera amené à prendre. L'ouvrier en revanche est un exécutant. Son activité s'inscrit dans un rapport de subordination vis-à-vis de son employeur.

Cette enquête, menée sur une période très longue, s'inscrit dans un territoire spécifique, marqué par une histoire et des pratiques économiques, sociales et culturelles données. Les créateurs que nous avons interrogés n'ont pas créé leur entreprise au gré d'une opportunité car ils sont majoritairement originaires de Dunkerque, sinon de la région du Nord-Pas-de-Calais et c'est précisément pour y rester qu'ils ont créé leur entreprise en ce lieu. On ne peut par conséquent mettre l'accent à cet égard sur l'attractivité du territoire dunkerquois. Ce type de comportement n'est certes pas spécifique du territoire dunkerquois (Barthe et al, 2008); Reix, 2008), mais l'identification au territoire dunkerquois est très forte, en termes de logiques familiales et de projets de vie. Le territoire dunkerquois est aussi celui où s'est construit leur réseau de relations sociales. L'encastrement territorial se confond avec l'encastrement relationnel (Reix, 2008 : 32), parce que « l'espace reste, en dépit des moyens de communication et de transport des biens, un facteur de différenciation qui participe de l'hétérogénéité sociale, il est aussi le cadre qui fonde durablement les écarts de prix, de qualité entre les biens et d'attentes entre les agents, sur lesquels l'entrepreneur est, par définition, amené à jouer » (Zalio, 2004 : 27), d'où la formation d'un « capital social local » (Reix, 2008; Plociniczak, 2003); Granovetter, 2003).

La définition du territoire que nous avons suivie est pluridisciplinaire : (1) géographique / spatiale (le Dunkerquois est situé à l'extrême Nord de la France sur le littoral de la mer du Nord. La ville de Dunkerque est à 14 kilomètres de la frontière belge) ; (2) administratif (référence faite à la Communauté urbaine de Dunkerque. Dans ce sens un territoire se

définit aussi par des choix de politique publique. Par exemple l'implantation du site sidérurgique au début des années 1960) ; (3) cognitif (le territoire forme pour la population qui l'occupe un réseau de relations sociales. Le territoire ne peut par conséquent être réduit à un espace géographique et administratif, mais aussi à un espace vécu par les individus qui l'occupent. C'est souvent (dans le cadre de nos enquêtes) le territoire où l'on est né et où l'on a créé un réseau de relations sociales grâce auquel les acteurs économiques ont drainé un ensemble de ressources (financières, en connaissances et relationnelles – voir définition du potentiel de ressources). En ce sens, un territoire est aussi un ensemble de ressources qui va favoriser la création d'activités nouvelles (création d'entreprises et d'emplois) (Acs, 2001; Bellet et al, 1998); Bellet et L'Harmet, 1998; Gilly et Torre, 2000; Dupuy et Burmeister, 2003). Ces réseaux de relations sociales forment une « proximité cognitive » (Nootboom, 2002); De La mothe et Foray, 2001) qui renvoie au partage plus ou moins formalisé d'expériences, de représentations, de codes sociaux, de langages, entre autres.

L'expérience dunkerquoise est riche d'enseignements en vertu de son passé industriel, du poids important des grandes entreprises de l'industrie lourde depuis le début des années 1960 et les crises économiques qui ont entraîné des réductions drastiques d'effectifs. Le taux de chômage dans l'agglomération dunkerquoise est de l'ordre de 13% (contre une moyenne nationale d'environ 9,5%) selon la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque. Ces enquêtes ont toutes été conduites en suivant la même méthodologie, le même questionnaire, construit à partir du concept du potentiel de ressources de l'entrepreneur.

Nous présentons les conclusions d'une série d'enquêtes sur une période de dix ans qui s'inscrivent dans un territoire donné, le territoire dunkerquois, territoire économiquement sinistré depuis la crise des chantiers navals et de la sidérurgie. Dans ce contexte, la création d'entreprises se présente souvent comme la seule issue pour échapper au chômage, mais nous devons également mettre l'accent sur l'importance des relations familiales (la proximité géographique se combine ainsi avec une proximité cognitive et sociale). La majeure partie des entrepreneurs que nous avons interrogés au cours de ces dix années est née à Dunkerque ou dans la région du Nord / Pas de Calais, et c'est dans de nombreux cas pour rester près de leur famille qu'ils y ont créé leur entreprise. C'est aussi un moyen de tirer profit d'un réseau de relations sociales informelles (qui constituent souvent les liens forts sur lesquels s'appuie l'entrepreneur pour mener son projet à terme (cf. Granovetter, 2003) qui apporte une clientèle (effet de réputation), des moyens de financement (effet de confiance) et parfois d'une aide gratuite que ce soit pour travailler dans l'entreprise ou bien pour donner des conseils et apporter un soutien psychologique. Nous pouvons ainsi parler d'une véritable « dialectique du territoire ». Celui-ci est tout à la fois une limite et une ressource. Une limite parce que ces nouvelles entreprises créées sur le territoire dunkerquois, le sont par des entrepreneurs disposant de peu de moyens (faible potentiel de ressources), une ressource parce qu'ils tirent leurs ressources en grande partie d'un réseau de relations sociales, informelles, marqué par la domination des relations familiales (Granovetter, 2000, 2003; Guillaume, 2008). En accord avec Granovetter, nous affirmons que les individus prennent des décisions en fonction du réseau de relations sociales dans lequel ils sont insérés. L'action humaine est fondamentalement sociale dans le sens où elles sont orientées par des motivations qui ne se réduisent pas à l'intérêt immédiat et peuvent inclure la quête de reconnaissance de statut, de sociabilité ou de pouvoir du col. Ce réseau de relations sociales se développe dans un environnement institutionnel particulier (droit de la propriété, des affaires, du travail, mesures de politique publique, ...) (Penrose, 1959);

Shane, 2003). La création d'entreprises n'est pas un acte solitaire, mais un acte social (Barthe et al, 2008) qu'elle soit appuyée par des mesures de politique publique ou bien le produit de la stratégie des individus (dans les faits, c'est généralement une combinaison des deux).

Le territoire de la Communauté Urbaine Dunkerquoise (CUD) quadrillé par un réseau très dense d'institutions d'aide à la création d'entreprise à la tête duquel se trouve la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque qui propose des formations aux créateurs en herbes. Mais, une plaisanterie assez populaire à Dunkerque consiste à dire qu'il y a plus de conseillers à la création d'entreprise, que d'entrepreneurs ! Nous devons cependant d'un autre côté souligner l'extrême dynamisme du secteur associatif dunkerquois, dans des domaines très diversifiés allant de la culture, au sport, à l'insertion professionnelle, au commerce équitable, ... La question fondamentale ne réside donc pas dans une carence d'initiative individuelle, mais davantage dans une sorte de frilosité vis-à-vis de la prise de risque financier.

Nous présenterons dans un premier temps la méthodologie suivie ainsi que les populations d'entreprises étudiées. Dans un second temps, nous tenterons d'expliquer pourquoi la création d'entreprises, en dépit de la multiplication des aides institutionnelles depuis ces vingt dernières années, reste une expérience solitaire et/ou étroitement encadrée par un réseau de relations informelles (familiales et amicales) (Bourdieu, 1980; Bidart, 2008; Burt, 1982; Colman, 1990; Forsé, 2008). La création d'entreprise n'est pas l'aboutissement de la valorisation d'une idée innovante, mais est davantage une solution de survie dans un contexte difficile de sous-emploi. Nous n'avons pas étudié cependant la pérennité de ces entreprises car nous n'avons pas suivi l'évolution des entreprises nouvelles créées dans le temps.

Méthodologie et présentation de la population des entreprises étudiées

Enquêtes précédentes (de 1993 à 2005) : Dans la continuité de quatre enquêtes réalisées en 1993, en 1998, en 1999, et en 2003 par le Lab. Rii, nous avons entrepris une nouvelle enquête en 2005, dans les mêmes conditions en utilisant le même questionnaire basé sur le potentiel de ressources de l'entrepreneur. La population d'entreprises retenue n'est cependant pas la même, mais le principe de sélection reste identique. Dans tous les cas, les reprises et réactivations n'ont pas été prises en compte. Ces entreprises ont été sélectionnées à partir des fichiers de la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque. Elles sont réparties entre le secteur secondaire et le secteur tertiaire. Seules des micro-entreprises (ou des Très petites entreprises – TPE), c'est-à-dire des entreprises de moins de dix salariés, ont été retenues. Ce qui n'a pas posé de problème puisque la majorité des entreprises créées sont des TPE. Dans de nombreux cas, l'entreprise ne compte aucun salarié. L'entrepreneur a créé ainsi son propre emploi. Les entrepreneurs interrogés sont majoritairement originaires de Dunkerque ou de la région Nord/Pas-de-Calais. Mais, très rarement au-delà du Nord / Pas de Calais (on compte par exemple dans l'enquête de 2005 une femme venant de la région parisienne). Nous comptons en revanche, mais en très petit nombre, et essentiellement dans l'enquête de 2005 des entrepreneurs d'origine étrangère. Ce sont des enfants d'immigrés de la deuxième génération, nés à Dunkerque.

Ces entrepreneurs sont majoritairement âgés entre 30 et 49 ans. Le secteur des services (aux particuliers pour une large part et secondairement aux entreprises) a la préférence des créateurs, sans doute en raison du relativement faible investissement de départ qu'il

nécessite comparé à l'industrie. Nous avons également constaté que ces nouvelles entreprises ne sont pas le résultat d'une politique d'externalisation des grandes entreprises, mais le résultat d'initiatives spontanées d'individus qui cherchent à s'insérer sur le marché du travail.

La première enquête portait sur des créations pures d'entreprises créées en 1993 et existantes au 16 juillet 1996. Dix créateurs furent alors interrogés. Ils étaient âgés majoritairement entre 30 et 49 ans. Les femmes ne représentaient que 20% des créateurs. La moitié avait une expérience professionnelle en tant qu'ouvrière, 40% étaient cadres. Deux de ces créateurs étaient au chômage au moment de la création. 30% avaient une activité dans les services, 30% dans le commerce de proximité et 30% dans l'industrie. 20% ont été créées sans salariés, 30% avec un ou deux salariés et 30% avec plus de six.

La deuxième enquête a été réalisée à partir d'entreprises créées en 1998 et existantes au 16 juillet 1999. Seize entrepreneurs ont été interrogés âgés entre 25 et 39 ans pour les deux tiers. Près de 70% d'entre eux ont un passé professionnel ouvrier. 56% ont une activité dans les services, 25% dans le commerce et 18,75% dans l'industrie et le bâtiment / travaux publics. 56,25% n'avaient aucun salarié au démarrage, 18,75% entre un et deux salariés et un quart entre trois et cinq salariés.

La troisième enquête, celle de 1999, totalise également les réponses de 16 entrepreneurs. Ce sont dans leur grande majorité des hommes âgés entre 30 et 49 ans. Plus de 70% d'entre eux ont un passé de cadre ou de dirigeant d'entreprise ; 31% étaient des employeurs dès le démarrage de leur entreprise ; 50% exercent leur activité dans les services, 25% dans le commerce et 25% dans l'industrie et le bâtiment / travaux publics.

L'enquête de 2003 regroupe les témoignages de 35 entrepreneurs âgés entre 30 et 49 ans. Les femmes représentent 50% des entrepreneurs interrogés. Près de 49% des entrepreneurs interrogés ont un passé de cadre ou de dirigeant d'entreprise. 43% des entreprises se situent dans les services, 37% dans le commerce et 20% dans l'industrie/bâtiment et travaux publics ; 34% des entrepreneurs interrogés sont des employeurs dès le démarrage de l'entreprise.

L'enquête de 2005 porte sur 97 entrepreneurs interrogés. Ils sont âgés entre 30 et 40 ans. Les femmes ne représentent que 30% des entrepreneurs interrogés. Plus de 84% ont été salariés avant de créer leur entreprise (leur statut dans l'entreprise précédente n'est pas précisé, mais une large majorité d'entre eux a le niveau d'ouvrier qualifié). Environ 70% des entrepreneurs interrogés ont créé leur entreprise dans les services (principalement les services à la personne et le commerce de proximité). Environ 42% des entreprises ont créé des emplois (voir tableau en annexe).

Un petit entrepreneur opportuniste : L'image de synthèse de l'entrepreneur dunkerquois à partir de ces dix années d'enquête présente les caractéristiques suivantes :

- il est originaire de Dunkerque ou de la région du Nord / Pas de Calais. Il a créé son entreprise sur ce territoire souvent pour rester dans la limite du réseau social (réseau familial, relations de travail et de voisinage) qu'il connaît et maîtrise,
- il est âgé entre 30 et 49 ans,
- c'est un homme dans la majorité des cas,
- il a une expérience en tant qu'ouvrier ou employé, très rarement en tant que cadre ou dirigeant d'entreprise (aucun étudiant). Les cadres sont plus mobiles. Ils migrent vers d'autres régions pour trouver un emploi, quoique certains salariés refusent la « mobilité forcée » en créant une entreprise (Reix, 2008 : 37),

- il est faiblement diplômé, généralement un diplôme professionnel d'ouvrier qualifié,
- il est rarement au chômage avant de créer son entreprise,
- il crée une entreprise qui est dans la majorité des cas une SARL,
- il commence son activité sans salariés pour une clientèle de particuliers dans une activité de service,
- il crée son entreprise dans un secteur d'activité proche de son activité antérieure pour valoriser un capital de connaissances et une expérience professionnelle acquise,
- il finance son entreprise à partir de sa propre épargne (faiblesse de l'endettement bancaire et des aides institutionnelles venant des associations, des clubs, des pépinières, ou autres),
- l'entourage familial est primordial, même si le nouveau créateur n'est pas issu d'une famille d'entrepreneurs. La famille apporte rarement des capitaux (faute de le pouvoir), mais elle apporte une clientèle (souvent par le « bouche à oreille » et les rapports de confiance qui se sont constitués au cours du temps en raison de la proximité spatiale et cognitive) et un soutien psychologique. Certains membres de la famille peuvent aussi participer à la création de l'entreprise en y apportant leurs compétences de manière informelle,
- outre les relations familiales, les relations professionnelles (souvent l'ex-employeur) et amicales jouent un rôle très important pour combler la faiblesse des aides institutionnelles,
- il n'offre pas un produit innovant, mais adapté à la demande de la clientèle. Son marché est local ou régional, très rarement au-delà.

L'entrepreneur dunkerquois, tel que nous l'avons rencontré, cumule l'ensemble des fonctions qui étaient celles de l'entrepreneur héroïque de J. A. Schumpeter (propriété et gestion du capital) (Schumpeter, 1935, 1979). Il n'est pas un gestionnaire, il exerce un métier au sens technique du terme. Il se définit par une compétence technique qu'il maîtrise et par le temps de travail qu'il y consacre. Ce n'est pas, à plus forte raison, un entrepreneur révolutionnaire, davantage un individu opportuniste dans le sens de Williamson. Ce n'est pas un agent économique rationnel et maximisateur, confronté à un ensemble de contraintes, et dans un contexte économique et social très incertain (situation d'asymétrie de l'information, cf. rationalité limitée de H. Simon), son objectif est de tirer profit de toute opportunité susceptible de se présenter y compris en recourant à la ruse ou à la triche pour parvenir à ses fins. Une opportunité est susceptible de revêtir différentes formes en matière de financement par exemple (combinaison un prêt bancaire avec une aide informelle d'un membre de sa famille ou autre) ou encore par le biais de relations amicales s'assurer de commandes pour démarrer, ...). Ce type de comportement recouvre en définitive les « petits arrangements » de Granovetter.

Quels sont les aspects de la théorie économique de l'entrepreneur nous permettant de définir avec précision le petit entrepreneur d'une manière générale ? Quels sont les points communs qu'il partage avec l'entrepreneur schumpétérien, synonyme de l'entrepreneur innovateur, révolutionnaire, qui contribue au renouvellement des marchés et crée de nouvelles richesses et des emplois ? Pourtant le petit entrepreneur a comme points communs avec l'entrepreneur de la théorie économique de cumuler les fonctions de propriétaire et de gestionnaire, parfois il est aussi un innovateur au sens large du terme

(produit, processus, organisation). Quels sont les éléments que nous pouvons valoriser en parcourant dans leurs grandes lignes les grandes théories économiques de l'entrepreneur ?

Dans la théorie économique néoclassique walrasienne, l'entrepreneur et l'entreprise se confondent. Si l'entreprise/entrepreneur se définit par son comportement en termes de maximisation du profit, à l'équilibre l'entreprise ne réalise pas de profit, le rôle de l'entrepreneur reste relativement passif d'autant qu'un ensemble de variables lui sont imposées par le jeu de la concurrence (prix d'équilibre). L'entrepreneur walrasien est un petit entrepreneur (hypothèse d'atomicité de la concurrence pure et parfaite) bien que cette caractéristique ne soit pas explicite dans le discours walrasien.

J. A. Schumpeter donna en revanche un rôle actif à l'entrepreneur en en faisant le moteur de l'innovation et du cycle des affaires. L'entrepreneur schumpetérien reste cependant une entité désincarnée pour expliquer le mouvement des affaires. J. A. Schumpeter l'explique lui-même : l'état d'entrepreneur est par définition inconstant, il existe parce qu'il innove ; or l'innovation n'est pas par nature un état permanent. Mais, l'intérêt de la théorie schumpetérienne est de mettre l'accent sur l'innovation, ce qui nous conduit de manière plus empirique à définir l'entrepreneur comme un innovateur, l'innovation étant susceptible de prendre de multiples formes : produit, processus et organisationnelle. Si la maximisation walrasienne se définit dans un contexte particulier, celui de la transparence du marché, si l'on remet en question cette hypothèse, le comportement de l'agent économique rationnel évolue, d'où le concept de rationalité limitée développé par Simon (1983). Ce comportement s'inscrit dans un contexte social et territorial donné. Les décisions prises par les individus sont encadrées dans un système de relations sociales déterminé (Granovetter, 2000). Contrairement à l'entrepreneur schumpetérien dont la fonction est de réaliser de nouvelles combinaisons de facteurs de production, le petit entrepreneur s'inscrit, non en dehors du marché, ni même dans un schéma de reproduction simple, puisque les indicateurs de performance sont les mêmes quelle que soit la taille de l'entreprise (sauf entreprises cotées en bourse) : rentabilité, chiffre d'affaires en croissance... Comme un bon ouvrier, le comportement du petit entrepreneur est identifié par un rapport spécifique au métier et au travail (Ferrier, 2002 ; Granovetter, 2003 ; Marchesnay, 2000, 2008a, 2008b ; Plociniczak, 2003) ; Reix, 2008) :

- faiblesse des effectifs (voire inexistence), en raison du surcoût administratif et/ou des seuils institutionnels qu'implique l'augmentation du nombre de salariés,
- satisfaction du travail bien fait,
- valorisation du métier,
- force des liens proches (familiaux), même s'ils peuvent être niés ou minimisés (phénomène de découplage),
- optimisation entre temps de travail et de loisirs, ...

Quel que soit l'objectif visé, le petit entrepreneur est un agent social. Les ressources dont il dispose ont été acquises dans un cadre institutionnel donné, et c'est grâce à un réseau de relations sociales formelles et informelles qu'il est amené à nouer des contacts grâce auxquels il trouvera des marchés, des moyens financiers ou encore l'associé qui lui faisait défaut. Ces ressources n'ont pas été créées ex nihilo. Elles ont été produites par la société dans laquelle l'individu est inséré.

Tout individu est doté d'un capital social. Celui-ci a été constitué au cours du processus de socialisation de l'individu (famille, scolarisation, amis, voisinage, relations de travail,

...). Ce capital social se compose d'une part des relations informelles propres à tout individu (relations amicales, de voisinage, ...) et formelles (avec des entreprises, des associations, des services d'État, ...). C'est en valorisant son capital social que l'individu s'insère dans la société et qu'il tire les ressources dont il a besoin pour exister en tant qu'agent social (ressources financières, statut social essentiellement). Partant de ce constant, nous avons défini le potentiel de ressources de l'entrepreneur. Celui-ci se décompose en trois parties : les ressources financières, les connaissances et les relations sociale (tableau 1). Nous replaçons ainsi l'entrepreneur dans le contexte social dans lequel il est inséré, lequel est encadré dans un territoire (le territoire dunkerquois). L'activité entrepreneuriale ne s'inscrit pas dans le vide du modèle de la concurrence walrasienne ou de la dynamique capitaliste schumpétérienne, mais dans un territoire géographiquement donné.

Tableau 1 Le Potentiel de Ressources du créateur d'entreprise : éléments d'une définition générale

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

Un autre élément fondateur du comportement du petit entrepreneur est la proximité laquelle est polysémique. Il s'agit tant d'une proximité géographique que sociale (et professionnelle) et cognitive (et relationnelle) (Barthe et al., 2008). Le marché du petit entrepreneur est local, voire régional, très rarement national. Certes, le développement de l'internet a rendu possible depuis ces quinze dernières années d'étendre la zone de chalandise, mais ce phénomène ne touche qu'un nombre limité de petits entrepreneurs dans des secteurs spécifiques, touchant notamment aux activités artistiques ou de hautes technologies dans des niches technologiques particulières. Le plombier, le chauffagiste, le boulanger, le vendeur de frites ou de prêt à porter... ont un marché très local. Il en va de même en règle générale pour le recrutement. La main-d'œuvre recrutée l'est en général au niveau local, on notera également le poids important de l'aide familiale (le plus souvent informelle).

Enquête création d'entreprises dans le territoire dunkerquois en 2005 ou le profil de l'entrepreneur dunkerquois

Entre avril et juin 2005, 313 entrepreneurs (223 hommes et 90 femmes) ayant créé leur entreprise l'année précédente ont été identifiés afin de connaître les raisons qui les ont conduites à créer leur entreprise. L'enquête a été menée à partir du concept du potentiel de ressources. Il s'agissait de définir les raisons qui ont amené ces personnes à créer leur entreprise et quel avait été leur parcours (origine familiale, professionnelle, ...), quelles sont les ressources qu'elles ont tiré du territoire dans lequel elles sont insérées. Cette enquête a été menée grâce au soutien de la Chambre de commerce et d'industrie de Dunkerque et a été menée au sein du Lab. RII / ULCO. Mais, seulement 97 questionnaires remplis étaient exploitables, outre les personnes ayant refusé de répondre.

L'âge et origine de l'entrepreneur dunkerquois : Parmi les 97 entrepreneurs, un a moins de 20 ans. Pour le reste, la majorité de la population interrogée est âgée entre 30 et 40 ans (environ 38%), 27% environ sont âgés entre 20 et 30 ans. Deux entrepreneurs ont plus de 60 ans. A titre anecdotique, rappelons que lorsque Georges Lesieur, crée en 1908 l'entreprise qui porte son nom à Coudekerque-Branche (à proximité de Dunkerque), il est âgé de... 60 ans (Boutillier et Uzunidis, 2006). Il dirigea son entreprise pendant une vingtaine d'années.

Soixante-cinq entrepreneurs sur les 97 sont nés à Dunkerque, soit 67%. Nous avons pu constater au cours des interviews que la création d'une entreprise d'une part était le résultat pour nombre de personnes d'une stratégie pour rester dans leur région d'origine, mais aussi qu'elles ont pu créer une entreprise en mettant à profit un réseau de relations sociales, souvent des relations de proximité (relations familiales, amicales notamment) au détriment de relations institutionnelles. Le poids des logiques familiales et des projets de vie est donc déterminant. L'encastrement territorial est donc très fort. Il facilite la mobilisation des ressources relationnelles, issues pour une large part de l'entourage proche (famille, amis, conjoints) (Reix, 2008). Alors que l'ancrage familial, l'existence de clans et de familles élargies, sont clairement identifiés comme des éléments caractéristiques du sud de la France ou plus généralement de la Méditerranée (Marchesnay et al, 2006), nous constatons dans le Nord également un fort ancrage familial. La famille élargie constitue une ressource majeure pour l'entrepreneur en herbes. Le premier soutien familial est moral. Mais, il est important puisque la création d'entreprises ne fait partie de la culture ouvrière propre au territoire dunkerquois. Pour de nombreuses générations, il ne faisait pas de doute que les enfants iraient travailler chez Usinor (ex. Arcelor) pour la durée de leur vie professionnelle : « t'inquiète pas, tu iras chez Usinor ! »

Cette référence au territoire par les entrepreneurs est importante. Mais, bien que le territoire soit une réalité géographique et administrative incontestable, il est aussi perçu, vécu et conçu (Moulaert et Mehmood, 2008 : 212) de différentes façons par les individus qui le peuplent. Quoi qu'il en soit, pour la majorité des personnes interrogées, le territoire dunkerquois est le lieu où ils vivent, souvent depuis plusieurs générations, et ne peuvent imaginer en partir.

Niveau d'étude de l'entrepreneur : faiblesse des ressources en connaissances : Plus de 37% des personnes interrogées n'ont pas de diplôme. 19 ont un CAP. Six un brevet d'études professionnelles. Soit un niveau d'étude très faible. On compte cependant à

l'opposée neuf personnes ayant un master et une un doctorat. Environ 26% des nouveaux entrepreneurs interrogés ont un diplôme sanctionnant au moins deux ans d'études supérieures. C'est un phénomène relativement nouveau au niveau local, d'abord parce que jusqu'au début des années 1990, les jeunes dunkerquois entraient rapidement dans la vie active (ouvrier dans l'industrie). Le début des années 1990 est marqué par la création de l'Université du Littoral Côte d'Opale, qui compte à l'heure actuelle environ 10 000 étudiants répartis sur quatre villes du Nord-Pas-de-Calais (Boulogne-sur-Mer, Calais, Dunkerque et Saint-Omer). Ces étudiants (outre quelques étudiants étrangers) sont tous originaires de la région, et 50% d'entre eux sont boursiers sur critères sociaux, soit l'un des taux les plus élevés de France.

Un petit nombre des entrepreneurs interrogés a suivi une formation professionnelle afin d'améliorer ses connaissances dans son secteur d'activité. Plus de 70% n'ont pas suivi de formation professionnelle. Les plus jeunes sont diplômés depuis relativement peu de temps, et leurs connaissances ne nécessitent pas d'actualisation. On peut en revanche être relativement perplexe face au fort taux de non diplômés qui de toute évidence ont besoin de vérifier leurs connaissances et/ou de les officialiser par un titre.

Bien que la majorité des entrepreneurs interrogés soient originaires du territoire dunkerquois, seulement 44% y ont fait leurs études au profit du territoire dunkerquois lilloise qui exerce un fort pouvoir d'attractivité, de plus nous l'avons déjà souligné l'université du Littoral Côte d'Opale n'a été créée qu'au début des années 1990 et on ne compte qu'une faible proportion de jeunes parmi les nouveaux créateurs.

Expérience professionnelle de l'entrepreneur : Près de 82% des entrepreneurs interrogés ont été salariés avant de créer leur entreprise. On compte peu d'entrepreneurs jeunes sortant du système scolaire. La rupture du contrat de travail est dans la majorité des cas le résultat d'un licenciement non d'une démission. Dans d'autres cas encore, l'entrepreneur a été confronté au terme de son contrat de travail à durée déterminée. Il n'est pas exclu par ailleurs, si l'opportunité se présente, que ces entrepreneurs redeviennent salariés. Les frontières entre statut d'entrepreneur et de salarié sont souvent fluctuantes à la fois au gré des périodes et des trajectoires individuelles. Ce contact n'est pas inédit mais une constante dans l'histoire des petits entrepreneurs (Gresle, 1981; De Barros et Zalc, 2007). Deux modalités d'accès au statut d'entrepreneur peuvent être distinguées, d'une part une logique sociale de transmission indirecte (par exemple des parents entrepreneurs), d'autre part une logique locale de constitution du marché (tirer profit des circonstances du marché) (De Barros et Zalc, 2007 : 22).

Les secteurs d'activité représentés correspondent à peu près aux principaux secteurs dans lesquels les entreprises ont été créées. Mais, seulement 8% des entrepreneurs ont créé leur entreprise dans le secteur des services aux entreprises, alors que 22% d'entre eux avaient été au cours de leur vie professionnelle antérieure salarié dans ce secteur d'activité. Trois raisons majeures sont susceptibles d'expliquer cette situation : la faiblesse du réseau professionnel du créateur qui ne lui permet pas de nouer des contrats avec des entreprises locales, la saturation de ce secteur (ce qui est peu probable en raison de la stratégie d'externalisation des grandes entreprises) ou encore la faiblesse de ses ressources financières.

Nombre d'entrepreneurs se sont lancés dans des activités ne mobilisant pas des connaissances de haut niveau (commerce de produits alimentaires ou non alimentaires, ambulants). 14% des entrepreneurs ont créé une entreprise de commerce ambulants. C'est

très certainement le cas typique d'une activité entrepreneuriale du capitalisme pauvre (Granovetter, 2003).

L'entreprise : forme juridique et secteur d'activité : Plus de 50% des entrepreneurs interviewés sont à la tête d'une SARL, et environ 29% d'une entreprise individuelle. Dans la plupart des cas, des membres de la famille ont participé, souvent très modestement, à la création de l'entreprise en participant à son capital.

La majeure partie de ces entreprises a été créée dans les services de proximité (commerce de produits non alimentaires et alimentaires, restauration, services à la personne, ...). On ne compte que deux entreprises industrielles et 12 entreprises dans le bâtiment. L'activité de ces entreprises est par conséquent essentiellement tournée vers le consommateur de proximité (60% des entreprises ont pour clientèle des particuliers). Il s'agit d'une évolution singulière compte tenu du passé industriel (industrie lourde) de Dunkerque.

Création de l'entreprise : ressources informelles et réseau familial

Faiblesse des ressources financières et force du réseau informel : La première source de financement est l'épargne personnelle de l'entrepreneur. On note aussi pratiquement à égalité les aides à la création d'entreprise (lesquelles sont souvent liées à un licenciement). Ces sources de financement ne sont pas substituables mais complémentaires. On peut également supposer que les sources de financement informelles (soutien familial) sont sous estimées, précisément en raison de leur caractère informel. Les entrepreneurs sont réticents à l'annoncer. Nous ne pouvons écarter cependant l'idée selon laquelle les entrepreneurs interrogés ont cherché à minimiser la participation de leur entourage familial. Mais, cette attitude visant à la dénégation de tout type d'influence dans la construction du projet entrepreneurial, peut constituer un exemple significatif de l'attachement de l'individu à montrer qu'il est l'auteur de sa vie et qu'il en maîtrise le cours, la personne interviewée est amenée à envisager sa biographie à travers une « rationalité rétrospective qui aboutit souvent à un phénomène d'héroïsation des parcours personnels » (Zeis, 2008 : 36). L'entrepreneur est amené à se « découpler » de son réseau familial (Granovetter, 2003; Zalio, 2007). Quel que soit le degré de participation des membres de la famille, nous ne pouvons sous-estimer leur importance, ce qui tend à confirmer l'analyse de Granovetter (2003) d'une combinaison entre les facteurs non économiques et institutionnels dans le processus de la création d'entreprise. Granovetter a établi cette conclusion en étudiant la situation de différents pays en développement, mais il appuie que cette combinaison ne leur est pas réservée.

Les banques ne prêtent pas sans garantie. Outre l'épargne de l'entrepreneur, le soutien institutionnel par le biais d'aides à la création d'entreprise est donc primordial, d'autant que les aides à la création d'entreprise sont souvent liées à des mesures d'accompagnement. Mais, d'un autre côté, si 35% des entrepreneurs ont bénéficié d'une aide à la création, cela signifie aussi qu'environ 65% n'ont pas obtenu d'aide à la création. La création d'entreprise se manifeste ainsi comme une aventure solitaire, bien que le soutien (et surtout le soutien moral, pour plus de 87%) de la famille est fondamental, puisque 74% des entrepreneurs ont déclaré que leur famille les avait soutenus dans leur projet, pourtant 66% des entrepreneurs interrogés ne sont pas issus d'une famille d'entrepreneurs. Le soutien familial est déclaré comme étant essentiellement moral, mais

dans les faits, il est souvent bien plus, il représente en particulier du travail gratuit. La solidarité intergénérationnelle n'est pas un vain mot, elle se matérialise à différentes occasions de la vie (tout court) et de la vie professionnelle. Nous constatons par ailleurs que le soutien du conjoint est également important (plus de 62%), bien que celui-ci travaille rarement dans l'entreprise (seulement 18% des conjoints travaillent dans l'entreprise). Nous pouvons développer des conclusions comparables pour le soutien des amis qui est aussi très important et encore plus un soutien moral : plus de 59% des entrepreneurs interrogés déclarent avoir bénéficié du soutien de leurs amis qui les ont encouragés dans leur projet, mais c'est plus encore un soutien moral (plus de 91%). Ce qui n'exclut pas, évidemment, qu'ils apportent en cas de besoin leur aide informelle pour assurer le démarrage puis le fonctionnement de l'entreprise.

Le soutien dont l'entrepreneur bénéficie vient essentiellement de ses proches (famille et amis), plus rarement de son réseau professionnel ou de son ancien employeur. Cette observation nous conduit à mettre l'accent sur l'importance du soutien informel au détriment du soutien institutionnel, mais l'un et l'autre sont généralement liés. Lorsque l'ancien employeur soutient le nouvel entrepreneur, c'est encore un soutien moral qui se concrétise par des conseils. Nous devons cependant ajouter que seulement 16 entrepreneurs ont donné des précisions quant à la nature de l'aide apportée par leur ancien employeur. Il est par conséquent difficile d'en tirer des conclusions sûres, sauf à souligner le caractère marginal de ce type de soutien.

Un soutien institutionnel réduit au strict minimum : Conscients de leurs faiblesses en matière de gestion, mais aussi de la complexité de l'environnement économique et juridique dans lequel ils se trouvent, une large majorité d'entrepreneurs a fait appel soit à un comptable, une boutique de gestion ou à une association. Peu d'entrepreneurs ont créé leur entreprise dans une pépinière par exemple. L'aide a essentiellement consisté dans la préparation du dossier. Nombre d'entrepreneurs semblent angoissés par les démarches administratives. Cette crainte doit être soulignée car la loi d'initiative économique promulguée au début des années 2000 avait précisément pour but d'alléger le poids des démarches administratives (guichet unique, création d'une SARL avec un euro, etc.). En dehors des aspects administratifs, ces entrepreneurs en herbes attendent aussi un soutien pour monter leur dossier de financement et le business plan en raison de la faiblesse de leurs connaissances en matière de gestion.

La création d'une entreprise, en dépit, du soutien proposé par nombre d'institutions publiques et privées, reste une aventure solitaire et/ou fortement encadrée par des membres de la famille proche de l'entrepreneur, combinant à la fois une proximité cognitive et une proximité géographique. Nous avons par ailleurs souligné qu'une majorité d'entrepreneurs sont originaires de l'agglomération dunkerquoise, et que c'est précisément pour y rester et valoriser un réseau de relations sociales informelles, qu'ils ont créé une entreprise dans l'agglomération dunkerquoise.

Un autre aspect de la solitude de l'entrepreneur réside dans la faible proportion d'entrepreneurs qui ont créé leur entreprise avec un ou plusieurs associés. Près de 59% des entrepreneurs interrogés ont créé seuls leur entreprise. La proximité géographique et cognitive joue ici aussi un rôle important puisque pour près de 74% d'entre eux, il s'agit de personnes qu'ils connaissent de longue date.

Des valeurs sûres (travail et métier) dans un contexte de concurrence parfois difficile : Les entrepreneurs interrogés sont relativement optimistes puisque près de 54% déclarent ne pas avoir de difficulté. Pour ceux qui sont confrontés à des difficultés, les moyens employés pour les surmonter sont très vague puisque nous avons un fort taux de non réponse et pour les autres nous n'avons obtenu qu'une réponse évasive : « battre pour suivre » ou encore (et c'est plus explicite, « travailler plus ». Ces solutions sont avancées lorsque la difficulté est mal identifiée, en revanche lorsqu'elle l'est clairement des solutions précises sont avancées : faire de la publicité, chercher des aides, crédit bancaire, recruter du personnel correspondant aux besoins de l'entreprise, cibler une clientèle plus large,

En dépit d'un relatif optimisme, près de 57% des entrepreneurs n'ont pas créé d'emplois et parmi ceux qui ont créé des emplois (ils sont au nombre de 44) cela se limite à un seul. On compte cependant deux entreprises qui ont créé 10 et 19 emplois respectivement.

Quatre-vingt-six entrepreneurs sur 97 sont confiants quant à l'avenir de leur entreprise (soit près de 89%). Pour quelles raisons sont-ils confiants, les réponses sont dans ce cas aussi évasives, sauf à mettre l'accent sur le caractère porteur du marché ou tout simplement parce que « l'entreprise se porte bien ».

Les expressions sont celles formulées par les entrepreneurs interrogés, elles ne correspondent pas à un ensemble de réponses possibles dans une liste pré-établie par les enquêteurs. Les entrepreneurs interrogés éprouvent beaucoup de difficultés pour cerner avec précision les raisons de leur état d'esprit. Il en va de même lorsqu'il s'agit d'identifier les raisons de l'absence de confiance dans l'avenir de l'entreprise. Les réponses les plus fréquemment citées sont : trop de concurrents, manque de temps, baisse du nombre de clients, problèmes financiers.

Nous constatons également que si les raisons de la confiance dans l'avenir semblent provenir en partie du mérite de l'entrepreneur (bon moral, amour du métier, bonne connaissance du métier, travail, entreprise innovante...), de l'autre côté, les raisons de pessimisme résident surtout dans des facteurs externes à l'entreprise, notamment la concurrence trop dure, en accord avec l'hypothèse d'atomicité du marché, l'entrepreneur subit le marché et doit s'adapter.

En étudiant l'économie dunkerquoise, caractérisée par un passé industriel marqué par l'importance des grandes entreprises et du salariat ouvrier, nous avons été amené à montrer les difficultés auxquelles se heurtent les autorités publiques locales pour transformer une logique socio-économique âgée de plusieurs décennies. Comment passer d'une logique salariale à une logique entrepreneuriale ? La question se pose avec d'autant plus d'acuité dans une économie dominée pendant plusieurs décennies par le travail ouvrier. Pendant plusieurs décennies l'usine et le travail posté ont rythmé la vie de plusieurs milliers de travailleurs et, au travers de ces derniers, de leurs familles. Créer son entreprise, c'est souvent dans la conception ouvrière passer de « l'autre côté », en dépit de la faiblesse du capital investi, des journées de travail interminables, et aussi de l'insécurité permanente dans laquelle vit le petit entrepreneur. Si la discipline de l'usine ne s'acquiert qu'au bout d'un long apprentissage, la discipline entrepreneuriale fait aussi l'objet d'un long apprentissage. Savoir anticiper et s'organiser en conséquence. L'entrepreneur ne compte pas ses heures de travail. Dans le cas qui nous intéresse, la question prend d'autant plus d'acuité que la plupart de ces entrepreneurs n'ont pas fait le choix de le devenir, d'où l'idée d'un comportement opportuniste. Il s'agit, face à une situation économique et sociale souvent difficile, de tirer profit d'une opportunité qui se présente sous de multiples

formes : un programme de format d'aide à la création d'entreprise, un soutien financier ou autre.

Nous considérons que l'on ne peut pas appréhender la question de la création d'entreprise à Dunkerque sans revenir sur ce passé ouvrier. À partir des travaux de Schwartz et de Verret, le comportement de l'entrepreneur dunkerquois devient moins opaque : la discipline de travail a été érigée en discipline de vie. D'un autre côté, l'entrepreneur dunkerquois (passé ouvrier oblige) est rarement issu d'une famille d'entrepreneurs. Pourtant, la famille lui apporte souvent capitaux et clientèle. Mais, les valeurs ouvrières sont aussi remises en question par la participation de plus en plus forte des femmes. Le recul de l'industrie lourde à Dunkerque explique sans doute en partie la part de plus en plus active que les femmes jouent parmi les créateurs d'entreprise. Nous avons aussi souligné la part relative de plus en plus importante des services à la personne ; secteur d'activité qui constitue en quelque sorte un prolongement des activités féminines dans la sphère domestique (soins aux personnes quel que soit leur âge). Homme ou femme, le potentiel de ressources de l'entrepreneur dunkerquois est faible : des études courtes (fréquemment compensées par l'expérience professionnelle (souvent ouvrière, parfois comme dirigeant d'entreprise ou de cadre), peu de moyens financiers (effectifs ou potentiels) – problème d'accès au crédit bancaire et aux aides institutionnelles qui lui sont souvent inconnues –, peu de relations, sauf des proches et la famille. Le petit entrepreneur agit souvent seul. Il n'a pas d'associés ou rarement. Il développe son activité principalement dans les secteurs peu capitalistiques. Son produit ou son service n'est pas innovant. Sa gamme de produits/services est peu étendue, mais il sait s'adapter sans trop de problèmes aux exigences du client.

Fort critique vis-à-vis de l'État, bien que nouvellement sorti de la classe ouvrière, il se plait à critiquer l'État-providence qui entretient, selon ses dires, la paresse et l'oisiveté. L'État doit réduire la ponction fiscale et laisser les entrepreneurs agir. Tel est en substance le message, qui ne peut que rendre perplexes les responsables politiques qui multiplient les mesures pour favoriser la création d'entreprises, pour passer de la société salariale à la société entrepreneuriale. La faiblesse du potentiel de ressources de l'entrepreneur dunkerquois n'est cependant pas exceptionnelle. L'étude des créateurs d'entreprises au niveau national conduit à mettre en évidence les mêmes caractéristiques. Les difficultés sociales et économiques actuelles conduisent nombre d'individus à créer leur entreprise pour échapper au chômage. Ce comportement est encouragé par des mesures incitatives. La question fondamentale est donc bien celle du passage d'une logique salariale vers une logique entrepreneuriale. Le développement du salariat de masse depuis les années 1950-1960 correspondait aux besoins des grandes entreprises qui développaient alors leurs activités sur une échelle de plus en plus importante pour satisfaire une demande en constante augmentation (selon le modèle dit fordiste). La crise économique remet en cause ce schéma qui a nourri le processus de croissance des « trente glorieuses ».

Bibliographie

- Acs, Z. 2001. *Regional Innovation, Knowledge and Global Change*. Continuum. Alvarez S.A.
- Agarwal R., Sorenson O., 2005. *Handbook of Entrepreneurship Research, Disciplinary Perspectives*. Springer.
- Audretsch, D. B. 2007. *Entrepreneurial Society*. Oxford: Oxford University Press.

- Azan, W. 2007. « Développement chez F. Perroux et performance par le changement organisationnel ». *Revue française de gestion*, 171: 15-30.
- Bellet, M., Kirat, T. et LARGERON, C. 1998. *Approches multiformes de la proximité*. Paris: Hermès.
- Bellet, M. et C. L'Harmet. 1998. *Industry, Space and Competition*. Edward Elgar.
- Benko, G. et A. Lipietz. 1992. *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Bourdieu, P. 1980. « Le capital social. Notes provisoires ». *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, 31 (janvier) : 2-3.
- Boutillier, S. et D. Uzunidis, 1995. *L'entrepreneur, une analyse socio-économique*. Paris: Economica.
- Boutillier, S. et D. Uzunidis, 1997. *Port et industries du Nord*. Paris: L'Harmattan.
- Boutillier, S. et D. Uzunidis, 1999. *La légende de l'entrepreneur*. Syros-La Découverte.
- Boutillier, S. et D. Uzunidis, 2006. *L'aventure des entrepreneurs*. Studyrama.
- Boutillier, S. 2004. *L'entrepreneur dans une région industrielle en reconversion. Enseignements théoriques à partir d'une réflexion critique sur le concept de capital social. L'entrepreneur traditionnel, l'entrepreneur technologique, l'entrepreneur de proximité*. ULCO-Lab.RII, Conseil Régional du Nord/Pas-de-Calais, mai.
- Barthe, J.-F., C. Beslay, et M. Grossetti. 2008. « Choix de localisation et mobilisation des ressources dans la création d'entreprises innovantes ». *Géographie Économie Société*. 10 : 43-60.
- Bidart, C. 2008. « Étudier les réseaux sociaux ». *Informations sociales*, 147: 34-45.
- Brut, R. 1982. *Toward a Structural Theory of Action*. Academic Press.
- Claval, P. 2008. « Espace et territoire. Les bifurcations de la science régionale ». *Géographie Économie Société*, 10 : 157-184.
- Coleman, J. 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cornuau, F. 2008. « Qui sont les entrepreneurs en France? Et comment économistes et statisticiens se représentent-ils ces personnes ? » *Revue internationale de psychologie*, 14: 181-205.
- Davidsson, P. et B. Honig. 2003. "The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*, 18 (mai): 301-331.
- Daumas, J.-C., (2007). « Districts industriels : du concept à l'histoire. Les termes du débat ». *Revue économique*, 1 (janvier): 131-152.
- De Barros, F. et C. Zalc. 2007. « En quête d'indépendance, enquête d'appartenances. Salariés, patrons et familles dans la petite entreprise textile à Lens dans l'après-guerre ». *Sociétés contemporaines*, 68: 23-35.
- Dupuy, C. et A. Burmeister. 2003. *Entreprises et territoires : les nouveaux enjeux de la proximité*. Paris: La documentation française.
- Forsé, M. 2008. « Définir et analyser les réseaux sociaux ». *Informations sociales*. 147: 10-19.
- Kerjosse, R. 2007. « Créer son entreprise : assurer d'abord son emploi ». *INSEE PREMIERE*, 1167 (décembre).
- Gilly, J.-P. et A. Torre. 2000. *Dynamiques de proximité*. Paris: L'Harmattan.
- Granovetter, M. S. 2000. « La force des faibles », dans Granovetter M. S., *Le marché autrement*. Desclée de Brouwer. Première publication de l'article « La force des faibles » en anglais en 1973.

- Granovetter, M. S. 2003. « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs ». (traduction d'A. Peerbaye et J.-P. Zalio), *Terrains et Travaux*, 4: 167-206.
- Gresle, F. 1981. *L'univers de la boutique. Famille et métier chez les petits patrons du Nord (1920-1975)*. Lille : Presses universitaires de Lille.
- Guillaume, R. 2003. « Des systèmes productifs locaux aux pôles de compétitivité : approches conceptuelles et figures territoriales du développement ». *Géographie Économie Société*, 3: 295-309.
- Marchesnay, M. 2000. « L'entrepreneur face à ses risques ». *Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation*, 12: 9-26.
- Marchesnay, M. 2008a. « L'hypofirme, vivier et creuset de l'innovation hypermoderne ». *Innovations. Cahiers d'économie de l'innovation*. 27: 147-161.
- Marchesnay, M. 2008b, « L'entrepreneur : une histoire française ». *Revue française de gestion*, 188-189: 77-95.
- Marchesnay, M., S. Chabchoub Kammoun et H. Ellouze Karray. 2006. « Y a-t-il un entrepreneuriat méditerranée ». *Revue française de gestion*, 166: 101-118.
- Marshall, A. 1934. *Principes d'économie politique* (1890), Giard et Bière (1906) et *L'industrie et le commerce* (1919). Giard (1934).
- Moulaert, F et A. Mehmood. 2008. « Analyser le développement régional. De l'innovation territoriale à la géographie de "dépendance du sentier" ». *Géographie, Économie, Société*, 2: 199-222.
- Nooteboom, B. 2002. *A Cognitive Theory of the Firm. Paper for ESNIE workshop Alternative Theories of the Firm*, novembre.
- De la Mothe, J. et Foray, D. (dir.). 2001. *Knowledge Management in the Innovation Process*. Kluwer.
- Penrose, E. 1959. *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Oxford University Press, Édition de 1995.
- Perroux, F. 1955. « Note sur la notion de pôle de croissance ». *Économie Appliquée*. 1-2: 307-320.
- Perroux, F. 1961. *L'économie du 20^{ème} siècle*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Plociniczak, S. 2003. « La construction sociale du marché des très petites entreprises. Des réseaux sociaux au capital social local des entrepreneurs. L'exemple de l'arrondissement lensois ». *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*. 3 (octobre): 441-476.
- Potter, J. et G. Miranda. 2009. *Pôles de compétitivité, innovation et entrepreneuriat*. Paris: Coll. Développement économiques et création d'emplois locaux, OCDE.
- Putman, R. 1995. "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". *Journal of Democracy*, 6: 65-78.
- Schumpeter, J. A. 1979. *Capitalisme, socialisme et démocratie*. Payot.
- Reix, F. 2008. « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains : entre encastrement relationnel et attachement symbolique ». *Géographie, Économie, Société*, 1: 29-41.
- Schumpeter, J. A. 1935. *Théorie de l'évolution économique*. Dalloz.
- Schwartz, O. 1990. *Le monde privé des ouvriers*. Paris: PUF.
- Shane, S. 2003. *A General Theory of Entrepreneurship, The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar.
- Steyaert, Ch. et D. Hjorth (dir.). 2003. *New Movements in Entrepreneurship*. Edward Elgar.
- Verret, M. 1979. *L'espace ouvrier*. Paris : Collection « Logiques sociales », L'Harmattan.

- Zalio, P.-P. 2004. « Territoires et activités économiques. Une approche par la sociologie des entrepreneurs ». *Genèse*, 56 (septembre): 4-27.
- Zalio, P.-P. 2007. « Les entrepreneurs enquêtés par les récits de carrières : de l'étude des mondes patronaux à celle de la grammaire de l'activité entrepreneuriale ». *Sociétés contemporaines*, 68 : 23-81.
- Zimmerman, J.-B. 2008. « Le territoire dans l'analyse économique. Proximité géographique et proximité organisée ». *Revue française de gestion*. 184: 105-118.

