L'entrepreneuriat : effet de mode ou tendance de fond ?

Gilles Certhoux
Professeur de Marketing, responsable du Centre d'Enseignement et de Recherche Entreprise & Entrepreneurs, ESC Nantes-Atlantique.

Jacques Dupond quitte le restaurant dans lequel il vient de dîner avec un de ses anciens camarades de promotion. La conversation au cours de laquelle ils se sont remémorés leur passé commun d'étudiant et leurs premières expériences professionnelles le laisse perplexe. Ces différents souvenirs les ont amenés à évoquer les profondes mutations qu'a subie l'organisation du travail ces dernières années ainsi que la disparition de nombreuses pratiques. Ils n'ont, par exemple, jamais connu d'employeur unique auquel ils auraient été liés par un contrat à durée indéterminée les "obligeant" à travailler 35 heures par semaine. Les rares conflits auxquels ils ont été confrontés dans le cadre de leur travail ont été résolus par un avocat spécialiste des contrats commerciaux et non pas devant un conseil des prud'hommes. Ils ne se sont jamais interrogés sur la nationalité de leurs clients, fournisseurs ou partenaires. D'ailleurs les activités qu'exerce Jacques Dupond illustrent bien cette évolution à laquelle le développement du réseau Internet a contribué. Il est entrepreneur indépendant. Il exerce son activité de spécialiste du capital-risque et de formateur en créant ou en rejoignant des équipes projet autonomes, flexibles et temporaires composés d'individus indépendants comme lui et présentant des compétences complémentaires. Ils se regroupent au sein d'un réseau dont la durée de vie dépend de la tâche à accomplir (produire ou vendre un bien ou un service). Une fois celle-ci terminée (quelle qu'en soit la durée) le réseau se dissout et chacun repart de son côté à la recherche d'un nouveau projet auquel il pourra s'associer (certains font pour cela appel à de véritables agents commerciaux qui leurs proposent des projets qu'ils ont au préalable sélectionnés). La visio conférence et un réseau à haut débit reliant chaque intervenant permet de communiquer et de régler les transactions financières. Un avocat rédige la "plate-forme contractuelle du projet" (engagements envers le donneur d'ordre et modalités d'organisation des différents intervenants) et règle les litiges qui peuvent survenir.

En ce moment Jacques est associé dans 3 projets :

• il intervient dans une structure de capital-risque chargée d'évaluer et éventuellement de financer un projet très novateur pour le secteur automobile. Une équipe d'ingénieurs indépendants a conçu un système totalement nouveau de pilotage automatique et personnalisé des véhicules. Ce nouveau procédé, susceptible d'intéresser plusieurs marques, nécessite des fonds importants pour la mise au point du prototype. Rappelons que le secteur automobile a poursuivi une tendance forte à l'externalisation d'activités traditionnelles. Les firmes automobiles n'ont plus comme activité principale que la gestion de leurs marques et la définition des nouveaux modèles. La conception des véhicules, la fabrication des pièces, le montage ainsi que le financement des projets et une partie de la distribution et du service après-vente sont assurés par des

Fichier généré pour Visiteur (), le 31/05/2021

entreprises ou des équipes projet indépendantes constituées pour la circonstance qui travaillent sur base contractuelle avec un ou plusieurs clients. L'innovation est importante dans l'automobile parce qu'une partie du capital-risque s'investit dans des projets nouveaux présentant un risque élevé mais pouvant assurer un profit important en cas de réussite.

• il assure un cours par vidéoconférence sur le financement de nouvelles activités par appel au capital-risque pour plusieurs universités européennes, américaines et asiatiques. L'essor des technologies interactives a permis le développement de ce type d'enseignement à distance et a favorisé l'expansion des universités virtuelles reléguant le campus au rang de souvenir. Ces universités peuvent ainsi accepter des étudiants du monde entier (étudiants en formation première ou personnes en activité ne pouvant se déplacer), elles ont facilité l'accès à leur enseignement à des élèves défavorisés et augmenté leurs effectifs de diplômés. Il intervient aussi, toujours par vidéoconférence, pour une université d'entreprise dont les collaborateurs sont répartis dans le monde entier.

• il vient de constituer un groupe projet pour créer un CD-ROM synthétisant l'ensemble de ces interventions en formation . Il envisage de le commercialiser par l'intermédiaire d'un site on-line spécialisé dans ce type de produit (celui d'une des universités virtuelles dans laquelle il intervient) ou bien de créer le sien. S'il décide de créer son site, il lui faudra alors établir des partenariats avec plusieurs entreprises pour être en mesure de vendre son produit. Il a déjà pris des contacts avec un infographiste nantais et avec un développeur indien, le serveur pourrait être abrité et entretenu par une entreprise localisée en Irlande. La production du CD-ROM pourrait se faire dans une usine implantée en Roumanie. Quant à la gestion des commandes et la logistique elles pourraient être assurées par une organisation basée en Belgique. Jacques Dupond assurera directement le "service après-vente" en répondant aux questions et remarques des clients.

Son expérience du financement dans le secteur automobile lui a donné l'idée de créer une structure identique qui pourrait lever des fonds pour financer des groupes musicaux désirant se lancer mais ce n'est qu'au stade du projet à l'heure actuelle.

Ce scénario[1] relève-t'il de la fiction ou bien a-t-il une probabilité forte de se réaliser ? La réponse est difficile à donner comme dans toute approche prospective. Cependant un certain nombre de phénomènes qui se sont développés au cours de ces dernières années – tels que le recours quasi systématique à l'externalisation d'activités non stratégiques, l'essor des technologies de l'information et de la communication (NTIC) ou la croissance des activités de service – laissent à penser que ce scénario est plausible. On voit ainsi émerger une nouvelle organisation du travail qui fait appel à l'autonomie et au partenariat. Les équipes projet *ad-hoc* qu'elles se constituent au sein de grandes entreprises ou avec des entrepreneurs indépendants sont appelées à remplacer progressivement l'organisation centralisée constituée de salariés "classiques". Les constats suivants semblent confirmer cette analyse :

• le "traditionnel" contrat de travail à durée indéterminée (CDI) est "en perte de vitesse" car une grande majorité des emplois créés récemment en France sont des emplois temporaires, intérimaires ou à temps partiel.

• les sociétés de travail temporaire comptent parmi les plus grands "employeurs" des pays occidentaux

• plusieurs grandes firmes se sont divisées en de nombreuses entités autonomes qui se comportent entre elles presque comme des entreprises indépendantes. Elles se mettent parfois en concurrence avec des entreprises extérieures pour la réalisation de certaines prestations.

Ces transformations exigent de pouvoir s'appuyer sur de véritables entrepreneurs pour animer ces petites structures. Les aptitudes requises pour remplir cette fonction relèvent plus du comportement – esprit d'initiative, innovation, prise de risque, responsabilité, capacité à travailler en équipe – que des connaissances.

Nous chercherons dans une première partie à comprendre pourquoi et comment s'est produit cette évolution. La deuxième partie traitera du "métier"de l'entrepreneur et des compétences nécessaires à son exercice. Ces deux premiers points posent logiquement la question de la formation à l'entrepreneuriat. La nécessité de trouver de nombreux entrepreneurs présentant des com-

(1) **Ce scénario est très largement inspiré des deux articles suivants :** *"L'avènement de l'économie des entrepreneurs internautes"* **de Thomas W. Malone et Robert J. Laubacher paru dans** *Futuribles* **n°243 - juin 1999. [Cet article a été publié dans la** *Harvard Business Review* **(septembre-octobre 1998) sous le titre** *"The dawn of the E-Lance Economy"* **et a été traduit par Alain Michel] et** *"La formation à distance gagne les États-Unis - L'entreprise se fait université"* **Michel Ktitareff -** *Les Échos* **- 3 novembre 1999.**

Fichier généré pour Visiteur (), le 31/05/2021

pétences spécifiques pour exercer cette activité appelle à s'interroger sur la mise en oeuvre d'un enseignement à l'entrepreneuriat. Nous n'aborderons pas ce point car il justifie à lui seul un développement spécifique. L'abondance des travaux de recherche menés actuellement ainsi que la variété des dispositifs d'enseignement mis en place montrent bien qu'il subsiste encore de nombreuses interrogations sur ce sujet. Il suffit, par exemple, de consulter les Actes du 1er Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, dernière manifestation française portant sur le sujet, pour s'en persuader. Plus de 40 ateliers réunissant chercheurs, praticiens et pédagogues traitaient du thème de l'enseignement et de l'entrepreneuriat.

Par contre nous poserons en conclusion les principales questions relatives à ce point.

Baisse des coûts de transaction et développement des réseaux

Comment peut-on expliquer une telle tendance ? Pour quoi les petites unités autonomes sont-elles appelées à se multiplier ?

L'histoire économique et les théories de l'organisation et du management nous apportent un élément de réponse qui repose sur l'analyse du coût des transactions (voir encadré). Il faut pour cela distinguer le coût des transactions internes (cti : la prestation est réalisée à l'intérieur de l'entreprise) du coût des transactions externes (cte : la prestation est réalisée par une entreprise extérieure). L'entreprise est alors confrontée aux équations suivantes :

Firmes et coûts de transaction (Coriat, Weinstein 1995)

La théorie des coûts de transaction propose un cadre d'analyse de la firme et des différentes questions qu'elle pose : qu'est ce qui explique l'intégration verticale et les limites des firmes, quelles sont les formes d'organisation de la grande entreprise, quelles sont les modalités d'organisation du travail ?
Deux auteurs ont plus particulièrement travaillé sur ce thème .
Coase (1937) oppose le marché et la firme et montre qu'ils constituent deux formes de coordination économique. Le système des prix en vigueur sur les marchés entraîne une coopération inconsciente des agents économiques alors qu'à l'intérieur de la firme la coordination se fait de façon consciente par l'autorité de l'entrepreneur. La firme peut se substituer au marché car la coordination par les prix entraîne des coûts.
Avoir recours au marché entraîne 2 types de coûts :
• ceux générés par les problèmes d'accès à l'information pour optimiser le rapport qualité/prix "coûts de découverte des prix adéquats"
• ceux liés à l'incertitude qu'entraîne le recours à un fournisseur extérieur "coûts de négociation et de conclusion de contrats séparés pour chaque transaction".
Les capacités limitées d'une direction à coordonner un nombre croissant d'activités permettent d'expliquer pourquoi la coordination administrative ne s'impose pas en toutes circonstances. La firme, le marché et le droit sont considérés comme des institutions visant à faciliter les transactions.
Williamson (1985, 1986) s'appuie sur les travaux de Coase pour approfondir l'analyse des coûts de transaction.
Ses recherches subissent des influences venant d'horizons divers tels que le droit, l'économie, l'histoire et la théorie des organisations. Outre Coase, sa théorie s'inspire des travaux des auteurs suivants :
• J.R. Commons dont il retient la représentation de la transaction comme unité fondamentale de l'analyse écomique
• H. Simons dont la théorie de la rationalité limitée l'amène à intégrer l'étude approfondie des comportements des agents économiques
• K. Arrow pour l'importance qu'il accorde à l'information
• A.D. Chandler pour ses travaux sur l'importance des innovations organisationnelles
Le droit va aussi l'influencer à travers l'analyse des contrats.
Williamson distingue plusieurs catégories de transactions en combinant 2 paramètres :
• la spécificité des actifs (pour l'offreur) quand un investissement durable est engagé dans une transaction mais qu'il n'est pas récupérable sur autre transaction. Il distingue 3 degrés : investissement non spécifique, mixte ou spécifique.
• la fréquence de la transaction (pour l'acheteur) qui peut être occasionnelle ou récurrente. Elle prend d'autant plus d'importance que l'investissement est spécifique. En effet un investissement spécifique nécessite la mise en place d'une structure dont le coût est élevé. Cette forme organisationnelle ne va se justifier que si la transaction est importante et doit se renouveler donc la probabilité d'internaliser est d'autant plus faible que la fréquence est faible.
La structure organisationnelle retenue est celle qui minimise les coûts. Le choix va se faire en fonction du degré de spécificité de l'investissement nécessaire et de la fréquence de la transaction en supposant un certain degré d'incertitude (sinon le marché reste la forme d'organisation la plus efficace). Ainsi "la différence entre coûts d'internalisation et coûts de recours au marché est une fonction décroissante du degré de spécificité des actifs ; passé un certain seuil cette différence devient négative et l'intégration devient la forme d'organisation qui minimise les coûts".
La rationalité limitée dont font preuve les agents économiques dans un contexte d'incertitude (information imparfaite) a aussi une influence sur le coût de transaction. Les individus peuvent adopter des comportements opportunistes (tricherie au moment de la passation du contrat ou au cours de son exécution) qui peuvent aller jusqu'au manquement à leurs engagements. Ces comportements s'expliquent parce que les contrats établis sont nécessairement incomplets (tout ne peut pas être prévu). Cet opportunisme augmente le coût des transactions (coût de négociation et coût de vérification du respect des clauses) et incite à internaliser la transaction
Cependant intégrer une nouvelle activité (si ce choix se justifie par un coût moindre) peut aussi entraîner des distorsions et des coûts spécifiques liés aux phénomènes suivants :
• impossibilité de recréer le pouvoir du marché à l'intérieur de la firme (sentiment de sécurité en n'étant pas confrontée à la concurrence).
• méthode de calcul différente des prix de transfert qui s'inscrivent dans une logique de consolidation (approche fiscale) et peuvent ne pas correspondre à la réalité économique de l'activité
• intervention hiérarchique sur un mode de gestion auparavant performant (perte d'autonomie et de souplesse).
L'analyse des différents coûts permettra de choisir entre internaliser l'activité ou avoir recours au marché. La structure retenue sera celle qui minimise les coûts de transaction.

Fichier généré pour Visiteur (), le 31/05/2021

(1) si cte > cti ⇒ l'entreprise choisit de croître car il est moins coûteux de faire dans l'entreprise que de faire faire à l'extérieur. Par exemple, si une banque trouve moins cher de créer un service pour effectuer ses études de marché plutôt que de les confier à des cabinets extérieurs, alors elle recrute des spécialistes des études marketing et elle s'agrandit.

(2) si cte < cti ⇒ l'entreprise choisit de ne pas grandir ou bien de se développer uniquement à partir de son métier. Dans ce cas notre banque fait réaliser ses études de marchés par des cabinets extérieurs.

La situation (1) correspond à la période industrielle durant laquelle les moyens de transport, de communication et les systèmes informatiques rendaient les transactions internes moins onéreuses et favorisaient le développement des organisations. Il était logique, pour rechercher des économies d'échelle dans tous les domaines, de recruter de nombreux salariés pour contrôler la quasi totalité des fonctions et des activités de l'entreprise.

L'apparition du micro-ordinateur individuel et des réseaux à haut débit ont fait basculer l'entreprise dans la situation (2) . Il devient inutile de maintenir une gestion centralisée de l'entreprise car l'information est accessible rapidement, à un faible coût et dans n'importe quel endroit de la planète. Une grande partie des activités initialement exécutées au sein de l'entreprise relèvent maintenant de groupes autonomes et temporaires constitués d'individus indépendants reliés par un réseau électronique. Les entreprises délestées des activités non stratégiques concentrent leurs moyens sur leur cœur de métier. En accentuant les stratégies par les coûts, elles reconnaissent implicitement la capacité des ces petites entreprises à produire et à gérer mieux qu'elles ces produits et services.

"Intrapreneur", "extrapreneur", " entreprenaute" ou "entrepreneur social" : les nouveaux entrepreneurs

Sur le même modèle, les grands groupes modifient leur organisation en créant des petites unités dotées d'une forte autonomie et de moyens propres qui leur permettent d'innover et d'évoluer rapidement. Ce phénomène, qui consiste à créer des petites entreprises à l'intérieur du grand groupe, a été baptisé "intrapreneuriat" car il présente les mêmes caractéristiques et nécessite les mêmes compétences que l'entrepreneuriat (création et reprise d'entreprise par des individus indépendants).

Cette nouvelle forme d'organisation du travail à travers la constitution de petites unités mobiles, adaptables et organisées en réseau semble devenir le modèle de référence. L'entrepreneur se place au centre du modèle et génère des clones, après " l'intrapreneur " apparaît maintenant " l'extrapreneur" développé à partir d'"extrapreneuriat ". Ce néologisme qualifie toute création d'entreprise initiée par un salarié de l'organisation et aidée par celle-ci mais développée à l'extérieur. L'"extrapreneuriat" se trouve à mi-chemin entre l'entrepreneuriat et l'"intrapreneuriat". Il recouvre les domaines suivants :

• l'essaimage i.e. toute forme d'appui à un salarié, en activité ou privé d'emploi, par son entreprise d'origine pour l'aider à créer ou à reprendre une entreprise .

• "les projets dormants" i.e. projets et idées – nouveau produit ou service, diversification, réorganisation,...– qui restent "en sommeil" pendant un certain temps dans une entreprise et qui sont réactivés par un salarié et peuvent donner naissance à une entreprise.

• la co-entreprise ("joint-venture") i.e. 2 entreprises ou plus s'allient pour donner naissance à une 3e qui a pour mission de développer un produit ou un service en faisant appel au savoir-faire et aux ressources des 2 autres. Les co-entreprises se multiplient actuellement car elles permettent d'optimiser les ressources en mettant en commun des moyens complémentaires. On voit régulièrement, notamment dans le secteur des hautes technologies, des concurrents s'associer au sein d'une co-entreprise pour développer et/ou commercialiser un produit dans lequel chacun apporte une partie de son savoir-faire (par exemple l'un apporte sa technologie et l'autre son expertise en marketing). Ils réduisent ainsi le risque et limitent les sommes investies dans le développement de ce nouveau produit ou service.

Après "l'intrapreneur et l'extrapreneur", nous voyons apparaître un nouveau type d'entrepreneur baptisé "entreprenaute". Ce néologisme contraction de "entrepreneur internaute" a été proposé par Alain Michel – conseiller scientifique du groupe Futuribles – "*pour désigner un entrepreneur indépendant (freelance) qui utilise l'Internet pour lancer et construire un projet avec d'autres entrepreneurs indépendants. Ainsi "entreprenaute est une traduction du terme américain e-lancer.".* Le développement de structures temporaires fédérées autour de projets ponctuels entraînera l'avènement de cette nouvelle génération d'entrepreneurs.

Fichier généré pour Visiteur (), le 31/05/2021

On voit même apparaître un "entrepreneur social" considérant, à juste titre, que de créer et développer une association à vocation humanitaire ou sociale nécessite des qualités d'entrepreneur.

Même si l'entrepreneuriat bénéficie actuellement d'un effet de mode, la création de ces nouveaux termes semble indiquer que l'entrepreneur, pris au sens du comportement et non du statut, sera l'homme clé de l'économie du XXIe siècle. La multiplication de petites entreprises (dont certaines se limiteront à une personne) indépendantes ou intégrées dans un groupe et la contractualisation des relations entre elles entraîneront une diminution du salariat.

Cette tendance sera facilitée par le fait que le développement de nouveaux produits dépend plus de l'innovation et de l'intelligence que du capital et donc relève de l'action de l'entrepreneur individuel .

Il semblerait donc que nous soyons entrés dans l'ère des entrepreneurs. Qu'il soit appelé à exercer son métier en tant qu'entrepreneur, "intrapreneur", "extrapreneur", "entreprenaute" voire "entrepreneur social", l'individu devra présenter les mêmes compétences. C'est l'objet de cette 2e partie que d'essayer de les identifier.

Entrepreneur : un métier ?

Nous allons tout d'abord évoquer les exigences du "métier d'entrepreneur" pour mieux appréhender les compétences nécessaires à son exercice.

La présentation reste volontairement succincte. Elle est pour cette raison incomplète mais a pour objectif de donner quelques points de repère pour mieux comprendre ce vaste sujet. Elle s'appuie en grande partie sur les travaux de L.J. Fillion (Fillion 1997).

L'association des termes "métier" et "entrepreneur", pour surprenante qu'elle soit a priori, permet d'aborder les points suivants :

• le métier est associé au savoir-faire. En fait l'exercice d'un métier nécessite des aptitudes techniques, conceptuelles, humaines et managériales. Pour exercer son activité, l'entrepreneur fait appel en permanence à ces différentes aptitudes en y intégrant savoir-faire et comportements. (Gassé et d'Amours, 1993).

• comme tout autre métier celui d'entrepreneur peut s'apprendre. Pour cela il faut analyser les activités pour être en mesure d'acquérir les savoir, savoir-faire et comportements nécessaires. Il est risqué de penser qu'on peut s'improviser entrepreneur sans préparation préalable.

Fillion retient 10 activités[2] courantes du métier d'entrepreneur. Nous allons les présenter et voir par la suite à quel type de compétences elles font appel.

1. Identifier des opportunités : l'entrepreneur cherche à occuper des niches présentant un potentiel d'activité. Son analyse est spatio-temporelle i.e. les opportunités sont présentes sur le marché mais surtout dans le temps, la rapidité de réaction est un facteur clé de succès.

2. Définir et mettre en oeuvre des visions[2] : l'entrepreneur définit ce qu'il veut faire, comment il va le faire puis il passe à l'action. Une bonne connaissance du secteur et l'élaboration d'alternatives stratégiques permettent de définir une vision. Elle servira de fil conducteur au développement de l'entreprise et permettra de s'adapter à un environnement en perpétuel changement .

3. Prendre des décisions en optimisant les ressources disponibles : l'entrepreneur doit estimer, analyser, prévoir, évaluer des alternatives puis décider en optimisant les ressources.

4. Développer une sensibilité technologique et technique pour s'adapter aux évolutions de l'environnement .

5. Savoir acheter : le succès dépend aussi de la capacité à optimiser les conditions d'acquisition des ressources.

6. Mettre en marché : c'est un des facteurs qui expliquera le succès ou l'échec de l'entreprise. L'entrepreneur doit être en mesure de se mettre à la place du client pour maximiser l'offre.

7. Vendre : c'est une des activités à laquelle est confrontée en permanence l'entrepreneur. Il vend son projet, sa vision puis ses produits ou services à tous les intervenants : investisseurs, clients potentiels, employés, banquiers, fournisseurs, membres de sa famille...

8. S'entourer de personnes compétentes : l'entreprise se développera si l'entrepreneur sait recueillir les conseils des personnes compétentes et complémentaires. Embaucher des personnes complémentaires est une décision stratégique importante.

9. Faire faire : l'entrepreneur doit s'organiser pour ne pas se faire "parasiter" par des tâches annexes obérant le développement de l'entreprise.

(2) L. J. Fillion distingue deux activités différentes : concevoir des visions et réaliser des visions. Nous les avons regroupées dans un esprit de simplification.

Fichier généré pour Visiteur (), le 31/05/2021

Fillion résume ces activités de la façon suivante : “identifier des occasions d’affaires i.e. occuper des espaces dans le marché puis définir une vision qui comprend un ensemble d’activités structurées (notamment de gestion) pour arriver à occuper profitablement l’espace identifié”.

Ceci nous semble être une bonne définition du métier de l’entrepreneur. Les compétences nécessaires à l’exercice de ce métier sont, toujours pour Fillion, les suivantes. Il n’en établit pas une liste exhaustive mais associe à chaque activité une compétence clé.

• **Pragmatisme :** sens pratique, capacité à identifier ce qui est utile et efficace.

• **Conception - Pensée systémique :** être en mesure de relier un grand nombre d’éléments divers pour former un tout cohérent.

• **Vision :** compétence centrale à maîtriser, c’est parce qu’il aura une vision claire de l’évolution de l’entreprise et de sa place dans le marché que l’entrepreneur pourra réussir.

• **Action :** l’entrepreneur se réalise dans l’action, ses projets n’ont de sens que lorsqu’ils se réalisent.

• **Polyvalence :** savoir s’adapter à diverses formes de technologies et savoir tout faire : comptabilité, lancement du produit, vente, gestion...

• **Négociation :** savoir convaincre sans bloquer la négociation (approche “gagnant-gagnant ”).

• **Adaptation :** faire preuve de flexibilité pour s’ajuster le plus précisément à la demande du client.

• **Réseau :** constituer un réseau permet d’améliorer son niveau d’information sur l’environnement.

• **Délégation :** nécessité de déléguer pour se développer (ceci sera d’autant plus facile que la vision est claire).

Une autre présentation (Beranger-Chabbal-Dambrine, 1998) complète celle de Fillion. Pour ces auteurs l’entrepreneur doit être un homme :

• d’écoute, capable d’identifier les besoins latents

• d’innovation, capable d’y apporter des réponses innovantes

• de projets, capable d’animer des équipes projet et de mobiliser les compétences complémentaires

• de réseaux, capable de les constituer et de les utiliser pour s’informer et influer.

Apprendre le métier d’entrepreneur

Comme nous venons de le voir, il faudra se comporter en entrepreneur dans les années à venir pour pouvoir jouer un rôle significatif dans le développement de l’économie. En plus des connaissances, il faudra acquérir et développer les compétences nécessaires à l’exercice de ce métier. Comment faire ? Nous pouvons évoquer les pistes de réflexion suivantes qui font l’objet de nombreux travaux de recherche et d’expérimentation. En effet l’entrepreneuriat est une discipline “en construction” (Fillion, 1997). De nombreuses questions fondamentales sont encore débattues tels que la définition de l’entrepreneuriat, le processus entrepreneurial ou l’entrepreneur :

• s’agit-il d’informer, de former ou d’éduquer les étudiants ? (Legendre, 1988)

• que doit-on enseigner (Schieb-Bienfait, 1999) : faut-il privilégier l’approche centrée sur le “contenu” i.e. l’entrepreneur et ses caractéristiques ou bien celle s’intéressant aux processus entrepreneuriaux dans leur contexte ?

• quels sont les apprentissages nécessaires ?

• quel est le résultat attendu : la création d’entreprise par les étudiants, le développement de leur potentiel entrepreneurial, la capacité à accompagner des créateurs en tant que consultant ou “capital-risker”... ?

• la formation doit-elle être plutôt théorique avec des problématiques actuelles ou plutôt praxéologique en privilégiant les connaissances et outils pratiques ?

• à quel type d’entrepreneur fait-on référence : l’entrepreneur de PME, de micro-entreprise, de start-up high tech, “l’intrapreneur”, le repreneur... ?

Ces différentes questions indiquent bien qu’il n’y a pas un type de formation à l’entrepreneuriat comme il n’existe pas un type d’entrepreneur. Nous pouvons toutefois penser que le développement d’un comportement entrepreneurial passe par une démarche pédagogique équilibrant les dimensions conceptuelle (pourquoi entreprendre), instrumentale (comment entreprendre) et expérimentale (mettre en œuvre un projet), (Fayolle 1996, 1997).

Cependant une sensibilisation à l’exercice de ce “métier” est aujourd’hui nécessaire pour être en mesure de s’intégrer efficacement dans cette nouvelle organisation du travail et éviter de n’en subir que les désagréments. Cette nouvelle économie pourrait générer des ruptures importantes. N’appartenant plus à une entreprise offrant un cadre de travail “fixe”, les “entrepreneautes” risquent de se sentir isolés et aliénés. En y étant préparé chacun d’entre nous pourra être un entrepreneur optimisant son temps de travail et intégré au sein de groupes de projet.

G. C.

Fichier généré pour Visiteur (), le 31/05/2021

Bibliographie

• Beranger, J.- Chabbal, R. - Dambrine, F. (1998), *Rapport à Monsieur le Secrétaire d'État à l'Industrie sur la formation entrepreneuriale des ingénieurs*
• Birley, S., Muzyka, D., (1998), *Guide de la création d'entreprise,* Paris, Village Mondial
• Boutillier, S., Uzunidis, D., (1999), *La légende de l'entrepreneur*, Paris, Editions La Découverte & Syros
• Coase, R.H., (1937), *The Nature of the Firm*, Economica N.S., 4, novembre. Traduction française *La nature de la firme* , Revue Française d'économie, II, hiver 1987
• Coriat, B., Weinstein, O ., (1995), *Les nouvelles théories de l'entreprise*, Paris, Le Livre de Poche, coll. "Références"
• Fayolle, A. (1996), *Contribution à l'étude des comportements entrepreneuriaux des ingénieurs français*, thèse de doctorat en sciences de gestion , Université Jean Moulin-Lyon 3, Institut d'Administration des Entreprises (575 p)
• Fayolle, A. (1997), *L'enseignement de l'entrepreneuriat : réflexions autour d'une expérience*, Cahiers de recherche de l'E.M. Lyon
• Filion, L.J. (1997), *Le champ de l'entrepreneuriat : historique, évolution, tendances*, Revue Internationale des PME, vol. 10, n°2 (129-172)
• Filion, L.J. (1997), *Le métier d'entrepreneur*, Revue Organisation, automne 1997 (29-45)
• Gassé, Y., D'Amours, A. (1993), *Profession : entrepreneur*, Montréal, Les éditions Transcontinentales inc.
• Hernandez, E.-H., (1999), *Le processus entrepreneurial*, Paris, L'Harmattan
• Hisrich, R.D., Peters, M.P., (1991), *Entrepreneurship*, Paris, Economica
• Ktitareff, M. (1999), *La formation à distance gagne les Etats Unis - L'entreprise se fait université*, Les Echos 3/11/1999
• Legendre, R. (1988), *Dictionnaire actuel de l'éducation*, Larousse, (680p.)
• Malone, T.W., Laubacher, R.J (1998), *The dawn of the E-Lance Economy*, Harvard Business Review (septembre-octobre 1998) (144-152) traduit par Alain Michel et paru dans Futuribles n°243 - juin 1999 (5-25) sous le titre *L'avènement de l'économie des entrepreneurs internautes*
• Pendeliau, G., (1997), *Le profil du créateur d'entreprise*, Paris, L'Harmattan
• Schieb-Bienfait, N. (1999), *Du projet de création comme pratique pédagogique : témoignage autour d'une expérience,* Actes du 1er Congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Lille (335-355)
• Verstraete, T., (1999), *Entrepreneuriat Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes,* Paris, L'Harmattan
• Williamson, O., (1985), *The economic Institutions of Capitalism*, The Free Press
• Williamson, O., (1986), *Economic Organization*, Brighton, Wheatsheaf Books

Fichier généré pour Visiteur (), le 31/05/2021