

Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales

Fabien Reix, Michel Grossetti

▶ **To cite this version:**

Fabien Reix, Michel Grossetti. Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales. Pierre-Marie Chauvin; Michel Grossetti; Pierre-Paul Zalio (dir.). Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, Presses de Sciences Po, pp.413-432, 2014, Références, 978-2-7246-1640-8. halshs-01387648

HAL Id: halshs-01387648
https://shs.hal.science/halshs-01387648

Submitted on 31 Oct 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales

Fabien Reix et Michel Grossetti

Fabien Reix, Michel Grossetti, 2014, « Parcours biographiques et carrières entrepreneuriales », in Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio, *Lexique sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Les Presses de SciencePo, pp. 413-432.

Faire de l'entrepreneuriat un objet sociologique revient à considérer ce phénomène comme une action sociale et à s'intéresser à ceux qui accomplissent l'acte d'entreprendre, comme les créateurs d'entreprise par exemple[1]. Les travaux de sociologie économique ont permis de montrer que loin d'être un acteur solitaire, l'entrepreneur est bien un acteur « socialisé » (Boutillier et Uzunidis, 1999) et « encastré » dans des réseaux de relations qui servent d'appui à son activité entrepreneuriale (voir **Réseaux sociaux** ; Arocena *et al.*, 1983 ; Granovetter, 2003 ; Grossetti et Barthe, 2008). Une question reste en suspens : celle des motifs de l'entrepreneur. En effet, les tenants de l'approche par les traits (*trait approach*) n'ont pas réussi à épuiser le délicat sujet des « mobiles » que Weber (2003) et Schumpeter (1935) ont tenté d'élucider en leur temps (Gartner, 1988). Aussi sera ici défendue l'idée que pour étudier l'éthique entrepreneuriale, il est nécessaire d'adopter une approche compréhensive en cherchant à identifier les motifs qui conduisent un individu à s'engager dans une carrière d'entrepreneur.

Cette notice s'appuie sur l'usage de la méthode biographique appliquée à l'étude de l'engagement entrepreneurial (Pailot, 2003 ; Hernandez, 2006) à travers l'analyse de plus d'une soixantaine de récits de vie de créateurs d'entreprise aquitains, aux profils volontairement très hétérogènes, réalisés entre 2005 et 2010[2], analyse complétée par les

1. La figure de l'entrepreneur se confond souvent avec celle du créateur d'entreprise sans pour autant s'y réduire en réalité. En effet, on peut « entreprendre » dans bien d'autres mondes que celui de l'économie. On pense ici notamment aux entrepreneurs de morale décrits par Becker (1985 [1963]).

2. Cette base de données a été principalement alimentée par une enquête sur les trajectoires sociales des créateurs d'entreprise aquitains (financée par le conseil régional d'Aquitaine entre 2003 et 2006) regroupant 45 récits de vie de créateurs d'entreprise aux profils très variés. Elle a récemment été complétée par une seconde enquête sur les appuis sociaux de l'entrepreneuriat (financée par la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine entre 2009

apports d'une étude sur les créations d'entreprises « innovantes » (Grossetti et Barthe, 2008). Partant du principe que ce que les entrepreneurs ont en commun n'est pas à chercher dans leurs profils mais plutôt dans le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre, la méthode biographique apparaît comme l'instrument le plus adapté pour rendre compte des interprétations subjectives qui guident les conduites individuelles (Fillieule, 2001). Le recours aux récits de vie permet de retracer l'histoire tant personnelle que professionnelle de ces créateurs d'entreprise et ainsi d'analyser le regard réflexif qu'ils portent sur leurs trajectoires et les modes de justification qu'ils mobilisent pour expliquer leur engagement dans une carrière d'entrepreneur. La dimension rétrospective de l'exercice de l'entretien biographique permet en effet de saisir les moments clés dans les récits de carrière (Zalio, 2007). Le choix de la méthode des récits de vie procède ainsi de la nécessité de considérer l'engagement dans une carrière entrepreneuriale considérée comme un processus (Hughes, 1996).

Les raisons qui conduisent un individu à créer sa propre entreprise sont multiples et ce d'autant plus que le groupe des entrepreneurs ne peut être appréhendé comme une catégorie sociale homogène. L'analyse des récits de vie de ces entrepreneurs permet cependant d'identifier trois grandes logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre (Reix, 2012), des logiques que l'on peut associer aux trois grands registres d'action proposés par Dubet (1994) dans sa sociologie de l'expérience (socialisation, rationalité, subjectivation)[3]. En retraçant les parcours biographiques de ces entrepreneurs, nous montrerons donc que l'engagement (Becker, 2006) dans une carrière entrepreneuriale renvoie à une pluralité de motifs dont les principaux sont d'accéder à un statut social (logique d'intégration), de maximiser ses ressources (logique stratégique) et de se réaliser comme sujet (logique subjective).

1) La logique d'intégration ou la création d'entreprise comme moyen d'accéder à un statut

et 2010) regroupant 18 entretiens biographiques avec des fondateurs d'entreprise innovante, accompagnée par l'Incubateur régional d'Aquitaine (IRA).

3. Le concept de logiques d'action formalisé par Dubet (1994) doit ainsi être distingué de celui présenté dans l'ouvrage collectif d'Amblard *et al.* (1994) et mobilisé par Hernandez dans son analyse des décisions de l'acte d'entreprendre (2006).

Si la création d'entreprise est généralement décrite par les entrepreneurs comme « *une aventure solitaire*[4] », nous verrons qu'elle se fonde bien souvent sur leurs appartenances sociales et en particulier familiales (voir **Famille**). En effet, la recherche sur les entrepreneurs aquitains montre que l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut d'abord être compris comme une conduite suivant une logique d'intégration qui procède de certains modes de détermination par la socialisation et le contrôle social intériorisé. Sans pour autant considérer que la socialisation doit se réduire à l'institution familiale, la tendance qu'ont les entrepreneurs interrogés à « naturellement » chercher certains des motifs de leur engagement entrepreneurial dans leur histoire familiale conduira à nous concentrer sur cette dimension dans un premier temps.

Pour ceux dont les parents étaient eux-mêmes entrepreneurs, l'idée de transmission du goût d'entreprendre par la famille est présentée comme une évidence. En choisissant de devenir créateurs d'entreprise, certains reconnaissent donc vouloir s'inscrire dans une tradition entrepreneuriale familiale. Il reste que parmi les créateurs de notre panel, ceux dont les parents étaient eux-mêmes des entrepreneurs sont loin d'être majoritaires. L'influence de la famille sur les parcours n'est donc pas à chercher dans la reproduction pure et simple d'un modèle entrepreneurial parental. Elle serait plutôt liée à la transmission d'une éducation qui valorise pêle-mêle la créativité, la prise d'initiatives, l'indépendance, le sens des responsabilités, la valorisation du travail : vertus qu'ils jugent nécessaires d'avoir pour devenir entrepreneur. Ainsi, au-delà de la seule référence à la famille comme modèle, on observe que la vocation d'entrepreneur « s'enracine » souvent dans l'histoire familiale à travers l'intériorisation d'une culture entrepreneuriale marquée principalement par l'indépendance et la valorisation du travail (Pinçon et Pinçon-Charlot, 1999). Dans cette perspective, on pourrait faire l'hypothèse inspirée du modèle théorique de Bourdieu selon laquelle la famille transmet une disposition à entreprendre (Boutillier et Uzunidis, 1999). L'hétérogénéité des profils des créateurs d'entreprise, notamment en termes d'origine sociale, montre pourtant qu'il est difficile de réduire l'engagement entrepreneurial à la seule transmission d'un habitus de classe favorable à l'émergence du goût d'entreprendre. Notre recherche montre en effet que l'engagement entrepreneurial renvoie plutôt à une logique d'intégration qui s'exprime essentiellement à travers la volonté d'accéder à un statut valorisé socialement, qui permet à l'entrepreneur de s'inscrire dans une trajectoire sociale, qu'elle soit

4. Toutes les citations en italiques sont des extraits tirés des entretiens réalisés avec les entrepreneurs de notre échantillon.

marquée par une culture entrepreneuriale ou non. L'engagement dans une carrière d'entrepreneur correspond alors à une manière de répondre à des attentes normatives qui peuvent être sensiblement différentes selon le milieu social d'origine. Pour les entrepreneurs issus de milieux populaires, l'engagement dans une carrière entrepreneuriale correspond à une injonction de mobilité sociale d'autant plus forte que les enfants auront suivi la même voie professionnelle que leurs parents. Pour l'illustrer, on peut prendre l'exemple de cet artisan salarié qui, à quelques mois de la retraite, a aidé son fils – artisan ébéniste comme lui – à créer sa propre entreprise afin de « *lui mettre le pied à l'étrier* » et lui éviter ainsi d'avoir à « *trimer toute sa carrière* ». Pour les entrepreneurs issus de milieux plus aisés, il s'agira plutôt de maintenir un certain niveau de réussite sociale. En effet, ces derniers se décrivent de manière récurrente comme des « ratés de la reproduction sociale » en se présentant comme le « *vilain petit canard* » ou le « *saltimbanque* » de la famille par exemple parce qu'ils n'ont pas réussi à atteindre le niveau d'excellence scolaire qui était la norme dans leur famille. On peut ici faire référence à cet entrepreneur qui a créé sa propre entreprise de peinture en bâtiment après avoir connu un parcours scolaire et professionnel qu'il qualifie lui-même de « *chaotique* », alors que toutes les personnes de sa famille avaient de « *beaux diplômes* » et de « *belles situations* ». Tout en cherchant à retourner le stigmate (Goffman, 1963) de la singularité de leurs parcours en survalorisant l'étiquette d'autodidacte (voir **Singularisation** et **Réputation**), ce genre d'entrepreneur finit généralement par admettre que devenir entrepreneur était un moyen d'être « *reconnu* » par son milieu. Dans ce cas, la création de sa propre entreprise est considérée comme un moyen de se « mettre à niveau », la réussite économique et la considération sociale attachées à la figure de l'entrepreneur permettant de compenser en partie l'échec scolaire. En effet, même si, en France, la considération sociale reste souvent liée au niveau de diplôme (Van De Velde, 2010), le statut d'entrepreneur apparaît suffisamment valorisé en soi pour être perçu comme un mode alternatif de réussite sociale.

Finalement, qu'il relève d'une forme d'ascension sociale ou du maintien d'un certain niveau de réussite sociale, l'acte d'entreprendre reste une manière d'accéder à un statut valorisé socialement qui permet d'être reconnu par sa communauté quelle qu'elle soit (familiale, professionnelle, etc.). Les formes de justification renvoyant à cette logique d'intégration restent cependant particulièrement difficiles à saisir dans les récits de vie des entrepreneurs. S'ils évoquent assez facilement et assez spontanément leurs origines sociales, ils finissent toujours, d'une manière ou d'une autre, par remettre en cause ou, au moins, minimiser l'influence de leur milieu social sur leur engagement entrepreneurial, cherchant ainsi à

correspondre au mythe du *self-made man* dont la réussite ne doit rien à personne. Mais, si cette référence implicite conduit les entrepreneurs à minimiser les soutiens extérieurs dont ils ont bénéficié, une étude plus approfondie des témoignages et l'usage de sources croisées sur une même histoire font apparaître qu'ils se privent rarement des ressources qu'ils peuvent tirer de leur appartenance sociale. D'où la question de savoir en quoi l'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut être également interprété comme une logique stratégique.

2) La logique stratégique ou la création d'entreprise comme un choix dans un contexte d'incertitude

Pour beaucoup, devenir créateur d'entreprise n'était « *pas un choix prémédité* ». Au-delà de la reconnaissance de certaines dispositions familiales propices à l'engagement dans une carrière d'entrepreneur, la création d'entreprise est souvent présentée comme une simple histoire d'opportunité, ce qui conduit parfois à des justifications laconiques : « *J'ai eu une opportunité, je l'ai saisie !* » Quoi qu'en disent les créateurs interrogés, l'engagement dans une carrière d'entrepreneur se fait rarement sur un coup de tête. On observe ainsi que la plupart des entrepreneurs interrogés ont vécu un événement s'apparentant à une bifurcation (Bessin, Bidart et Grossetti, 2010) avant de s'engager dans la création de leur propre entreprise.

Dans une enquête sur les créateurs d'entreprises techniquement innovantes (Grossetti et Barthe, 2008), nous avons pu caractériser la situation de 69 fondateurs avant qu'ils ne s'engagent dans le processus de création de leur entreprise. Un cinquième de ce total est constitué de personnes qui sont dans des situations stables et ne les quittent pas. Il s'agit par exemple des chercheurs des établissements publics, qui choisissent dans la plupart des cas de rester en poste, tout en prenant la direction scientifique de la nouvelle entreprise censée exploiter leurs travaux, ou en prenant simplement une participation au capital. Un autre cinquième correspond au cas dans lequel le fondateur quitte volontairement un emploi stable, soit pour mener à bien son projet, soit pour suivre un proche engagé dans un processus de création. Dans tous les autres cas, les fondateurs sont dans des situations instables : choix familial de mobilité géographique ; perte d'emploi ; première insertion ; reconversion

industrielle ; disparition de pôles de spécialité chez l'ancien employeur ; vente ou échec d'une entreprise précédente.

Tableau 1 : Situations de 69 créateurs d'entreprise innovante au moment de la genèse du projet

Situation du fondateur avant la création de l'entreprise	N	%
Emploi ailleurs (recherche publique, consultant, groupe, retraite)	15	22 %
Départ volontaire pour développer le projet	14	21 %
Situation instable, dont :	40	57 %
Choix de vie, période de réorientation	*6*	*9 %*
Licenciement/chômage	*16*	*23 %*
Recherche d'emploi/primo-insertion/emplois précaires	*9*	*12 %*
Reconversions/restructuration	*6*	*9 %*
Après vente ou échec autre société	*3*	*4 %*
Total	69	100 %

Source : Grossetti et Barthe (2008).

Ces situations professionnelles instables peuvent être considérées comme comportant une part relativement élevée d'imprévisibilité. Les personnes concernées savent qu'elles devront faire des choix. Pour la plupart, la création d'entreprise n'est qu'une solution possible (pas toujours perçue immédiatement d'ailleurs) parmi d'autres, dont la reprise d'un emploi salarié est la plus fréquente. Précisons que, dans notre cas, il s'agit en général de cadres qui pourraient retrouver un emploi et que certains de ceux qui ont créé leur entreprise après un passage par le chômage font partie des cas où l'on peut considérer que l'entreprise créée connaît une forte réussite.

Afin de distinguer les différents types d'événements qui peuvent conduire un individu à créer son entreprise, on peut reprendre le modèle « *push/pull* » de Shapero et Sokol (1982). Selon cette théorie, les individus qui créent une entreprise le font tantôt pour des raisons « positives », telles que la recherche d'autonomie et le contrôle de son environnement qui

constitueraient des finalités suffisamment attractives pour les tirer (*pull*) hors de l'entreprise qui les emploie ; tantôt pour des raisons « négatives », telles qu'un licenciement ou une longue période de chômage qui les pousseraient (*push*) à prendre en main leur propre destinée (voir **Chômeurs créateurs**). Les événements qui vont conduire à envisager l'opportunité de créer sa propre entreprise ne se limitent cependant pas à la sphère professionnelle et peuvent parfois concerner plus directement la sphère privée, même si les deux restent souvent intimement liées (mutation du conjoint, choix du cadre de vie au-delà des contraintes professionnelles, remise en question de son parcours professionnel, etc.). Mais tous les individus qui sont confrontés à ce genre de situation n'en deviennent pas tous des créateurs d'entreprise pour autant. Le fait que certains se saisissent de ces événements pour les transformer en opportunités entrepreneuriales va alors dépendre de leur capacité à mobiliser les ressources issues de leurs réseaux d'appartenances pour mener à bien leur projet de création d'une entreprise. Ce point peut être développé en se concentrant sur deux dimensions des ressources relationnelles des entrepreneurs : celles issues de leurs réseaux professionnels et celles issues de leurs relations personnelles non professionnelles.

Les entrepreneurs évoquent en premier lieu les relations issues de leurs réseaux professionnels parmi celles qui ont le plus favorisé la création de leur entreprise. Selon les enquêtes de l'INSEE, la moitié des créations d'entreprise se fait dans le même secteur d'activité que celui où travaillaient précédemment les entrepreneurs interrogés[5]. En plus de leur garantir des compétences et une bonne connaissance du secteur d'activité, cette expérience du métier leur permet de s'appuyer sur les relations professionnelles qu'ils ont construites à cette occasion. Malgré l'existence d'éventuelles clauses de non-concurrence dans leurs anciens contrats, les entrepreneurs se privent rarement de puiser dans leur carnet d'adresses pour soutenir leur projet. L'opportunité de créer l'entreprise peut alors provenir d'un fournisseur, d'un client, d'un collègue ou même parfois d'un ancien employeur. Le cas des artisans et des ouvriers du bâtiment qui s'installent à leur compte en est une bonne illustration. La logique du métier propre à ce secteur peut conduire certains patrons à voir d'un bon œil l'installation à leur compte de leurs employés. L'ancien employeur concède alors quelques contrats pour aider son ancien salarié à se lancer en contrepartie d'un accord de sous-traitance par exemple. Plus généralement, on constate que les entrepreneurs se débrouillent souvent pour mobiliser d'anciennes relations professionnelles, pour avoir « *quelques contrats sous le coude* » afin de

5. Voir les résultats des enquêtes SINE (« Système d'information sur les nouvelles entreprises ») de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise de 2006.

démarrer sereinement leur activité et autofinancer en partie leur projet entrepreneurial. Notre enquête montre en effet que, contrairement à une idée reçue, la plupart des créateurs d'entreprise ont un goût très modéré pour le risque, notamment lorsqu'il s'agit d'engagements financiers[6]. L'importance du réseau professionnel n'est plus à démontrer dans l'exercice d'une activité économique. Mais on oublie trop souvent de prendre en compte l'importance des solidarités familiales qui sont pourtant à l'origine de la concrétisation de nombreux projets (Pecqueur, 1983 ; Casson, 1991 ; Boutillier et Uzunidis, 1999). C'est en particulier le cas de ceux pour qui l'engagement dans la création d'entreprise correspond à une forme de reconversion professionnelle. N'ayant plus la possibilité de s'appuyer sur le réseau professionnel, ils vont logiquement privilégier le recours à des relations plus personnelles pour les aider à monter leur projet. Un membre de la famille peut être à l'origine de l'opportunité de la création de l'entreprise. On pense ici au cas de ce haut fonctionnaire dans le domaine de la santé qui a offert à son fils l'opportunité de créer une maison d'édition spécialisée dans le droit de la santé. On pourrait aussi citer l'exemple de ce père assureur qui a participé à la viabilité commerciale de l'entreprise de peinture de son fils en lui renvoyant ses clients victimes de dégâts des eaux. Il n'est pas rare non plus qu'un membre de la famille ou un ami proche remplisse, de manière officielle ou officieuse, différentes fonctions dans l'entreprise (conseiller juridique, administratif, commercial, comptable, etc.)[7]. Ce n'est qu'une fois l'entreprise bien implantée que les fondateurs opèrent des stratégies de « découplage » (White, 2011) en intégrant des éléments extérieurs à leurs réseaux de proches afin d'étendre leur activité et de gérer leurs affaires de manière « plus professionnelle » (Reix, 2008). L'ami qui s'occupe de la comptabilité devient alors un comptable professionnel ; l'artisan qui ne travaillait que comme sous-traitant de son ancien patron s'en émancipe en créant son propre réseau de clientèle ; les sociétés de capital-risque prennent le relais du financement du démarrage de l'entreprise par les proches (« *love money* ») ; etc.

6. Les données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise confirment que les sommes engagées dans la mise en place des projets entrepreneuriaux sont relativement modestes. Ainsi, les budgets ne dépassent pas les 8 000 euros dans la majorité des cas. Plus encore, on sait que près d'un quart des créateurs d'entreprise de 2006 ont démarré leur activité avec moins de 2 000 euros. Voir les enquêtes SINE de l'INSEE en 2006.

7. Plus généralement, les travaux sur les appuis sociaux de l'entrepreneuriat (Grossetti et Barthe, 2008) montrent que pour accéder aux ressources nécessaires à la création d'une entreprise (conseils, financement, recrutement, etc.), les fondateurs privilégient d'abord leurs « relations sociales » avant de mobiliser les « dispositifs de médiation » comme les organismes publics ou privés d'aide et d'accompagnement à la création d'entreprise par exemple.

L'accès aux ressources reste cependant inégalement réparti selon l'origine sociale. Lors de la mise en place de leur projet, les entrepreneurs issus de milieux modestes mobilisent principalement leur réseau professionnel, tandis que ceux qui sont issus de milieux plus aisés privilégient leur réseau personnel et/ou familial. En outre, il faut bien admettre que, dans certains cas, cette logique stratégique de maximisation des ressources s'apparente plus à une « logique de survie » face aux incertitudes économiques et aux phénomènes de discrimination à l'embauche sur le marché du travail. Les données de l'INSEE sur les créateurs et la création d'entreprise montrent ainsi que les deux tiers des entrepreneurs perçoivent l'engagement dans la création d'entreprise comme un moyen d'assurer leur propre emploi.

Dans bien des cas, le choix de s'engager dans la création de sa propre entreprise est effectué parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, ou au contraire parce qu'ils n'en ont guère. Autrement dit, et pour parler comme Boudon (2003), les entrepreneurs interrogés déclarent s'être lancés dans une carrière d'entrepreneur car, dans leur situation, ils avaient de « bonnes raisons » de le faire. Qu'il soit relatif à une décision « choisie » ou « contrainte », l'acte d'entreprendre reste toujours lié à des motivations orientées vers la volonté de maîtriser son parcours et de « prendre son avenir en main ». Or, avec la construction d'un parcours dont la réussite ne doit rien à personne, ce désir de maîtriser son destin est, à notre sens, le fondement de l'éthique entrepreneuriale qui anime l'ensemble des créateurs d'entreprise. L'engagement dans une carrière d'entrepreneur peut ainsi être appréhendé comme une logique subjective de construction de soi (voir **Singularisation** ; Rose, 1992).

3) La logique subjective ou la création d'entreprise comme moyen de réaliser un projet de vie

Dans le discours de ces entrepreneurs, l'accès à l'autonomie apparaît comme le principal motif d'action et de justification de leur engagement dans une carrière entrepreneuriale (Reix, 2007). On observe que ce désir d'autonomie s'appuie, d'une part, sur une volonté de mettre à distance leur héritage familial et, d'autre part, sur une volonté de s'émanciper des contraintes du capitalisme moderne. Selon Sennett, les caractéristiques du néocapitalisme comme la précarité des statuts, l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique, ou encore le spectre du chômage interdiraient aujourd'hui de construire des projets de vie (Sennett, 2000).

Les créateurs d'entreprise que nous avons rencontrés, et en particulier les plus jeunes, décrivent pourtant leur engagement dans une carrière d'entrepreneur comme « un projet de vie » qui dépasse largement le cadre de la sphère professionnelle. La manière dont les jeunes entrepreneurs décrivent leur rapport au travail et leur relation au temps contraste avec l'image d'un entrepreneur forçat de travail véhiculée par les plus âgés. C'est peut-être là l'une des distinctions les plus nettes entre les différentes générations d'entrepreneurs rencontrées. La représentation du chef d'entreprise qui ne vit que pour son travail, « *fait des horaires à rallonge* » et ne prend pas de vacances correspond plutôt à un modèle ancien de la fonction de patron. Comme tant d'autres, un ancien cadre nous explique au contraire que l'un des intérêts d'être aujourd'hui son propre patron, c'est justement de pouvoir s'assurer que son travail n'empiètera plus, outre mesure, sur sa vie extra-professionnelle. La référence récurrente à la vie de famille et l'importance qu'ils y accordent transparaissent aussi lorsqu'ils évoquent le fait de pouvoir aller chercher leurs enfants à l'école comme exemple de leur autonomie en termes d'horaires. La décision de créer une entreprise n'engage évidemment pas uniquement le seul créateur d'entreprise. De fait, une écrasante majorité des personnes rencontrées vivaient déjà en couple avec des enfants au moment où ils ont créé leur entreprise.

Ce qu'il y a de nouveau dans la manière dont les plus jeunes conçoivent leur carrière d'entrepreneur, c'est la revendication à pouvoir construire leur projet professionnel en prenant en considération des impératifs conjugaux et familiaux visant à articuler au mieux sphère professionnelle et sphère privée. Alors que les plus anciens évoquent très rarement le rôle de leur conjoint, les plus jeunes valorisent au contraire le fait d'avoir construit leur projet entrepreneurial en couple. Néanmoins, le conjoint n'a pas forcément de fonction explicite au sein de l'entreprise. Les créateurs de la jeune génération semblent effectivement vouloir éviter le télescopage entre vie privée et vie professionnelle. En effet, dans l'esprit des plus jeunes, vouloir harmoniser les sphères professionnelle et familiale ne veut pas pour autant dire les faire fusionner. L'idée de contrôler la place qu'occupe le travail dans sa vie ne vient pas forcément alimenter la thèse de la disparition de la valeur travail (Meda, 1995). Au contraire, même si les plus jeunes ne semblent y voir qu'un moyen parmi d'autres de s'épanouir, ils partagent tous une représentation du travail comme une valeur fondamentale de réalisation de soi (McClelland, 1961). Là où d'autres accepteraient un travail routinier, pour peu qu'ils aient d'autres sources d'épanouissement, ces entrepreneurs affirment la nécessité de prendre du plaisir et de se réaliser dans leur travail. En créant leur propre entreprise, ces individus cherchent également à s'émanciper des contraintes du statut de salarié et, plus largement, du

mode de fonctionnement du marché du travail et de l'entreprise. Parmi celles qu'ils cherchent à fuir, on retrouve l'injonction à la mobilité professionnelle et géographique faite en particulier aux jeunes. Le profil de carrière des jeunes diplômés implique souvent un passage quasi obligé en région parisienne. On retrouve alors à l'origine de l'installation à son compte la volonté de sortir de ce schéma de carrière tout tracé. Alors qu'on demande aux salariés d'être de plus en plus mobiles géographiquement, ces entrepreneurs perçoivent leur ancrage territorial (Reix, 2008), *via* la création de leur entreprise, comme un moyen d'échapper à cette mobilité « forcée ». On pense ici à l'exemple de ce jeune ingénieur qui a quitté un « confortable » emploi de cadre en région parisienne pour se reconvertir dans la création d'un café où l'on peut jouer à des jeux de société pour concrétiser son souhait de revenir s'installer avec sa famille dans son sud-ouest natal.

Pour ces entrepreneurs, devenir son propre patron, c'est aussi avoir le sentiment de pouvoir choisir son activité et de gérer son temps (voir **Entrepreneurs passionnés**). À travers cette idée de maîtriser son travail, c'est bien celle de contrôler son temps que l'on perçoit en filigrane. Cette volonté de contrôler les choses fait écho à ce qu'ils estiment être un fort « besoin de liberté ». Par exemple, tous disent que s'ils n'ont pas envie d'aller travailler, ils peuvent le faire. Mais lorsqu'on leur demande s'ils l'ont déjà fait, tous répondent que non ! En effet, ils admettent par la suite que s'installer à son compte ne veut pas pour autant dire être exempt de toute contrainte. Leur quotidien de dirigeants d'entreprise les amène même parfois à qualifier les obligations liées aux clients et à la gestion du personnel comme potentiellement plus contraignantes que les obligations liées au statut de salarié. Ainsi, les nouvelles responsabilités associées à leur statut de patron les empêchent concrètement de maîtriser totalement leurs horaires. Ils finissent alors par expliquer que ce qui compte, c'est de savoir qu'ils restent libres de le faire, ce qui n'est qu'une manière de dire qu'une contrainte « choisie » est toujours plus facile à accepter que lorsqu'elle est inféodée aux décisions des autres. Ce passage du rôle d'entrepreneur à celui de gestionnaire reste cependant souvent difficile à surmonter et les conduit à porter un regard nostalgique sur la phase de démarrage de leur aventure entrepreneuriale. Ils présentent ainsi l'histoire du désenchantement et de la routinisation de la création d'entreprise : « *Ça démarre dans l'effervescence de la création, puis ça devient une affaire de gestionnaire…* » Face à ce constat, certains entreront dans un véritable processus de « création compulsive » (Schumpeter, 1935) n'ayant de cesse de monter de nouveaux projets entrepreneuriaux.

Dans cette perspective, l'acte d'entreprendre peut finalement être perçu comme une logique de construction de soi ou de subjectivation en tant que moyen de réaliser un projet personnel qui donnera du sens à son travail et à son existence (Reix, 2012). Ce type de justification renvoie aussi dans une certaine mesure à ce que Boltanski et Chiapello (1999) nomment « la critique artiste » du capitalisme marquée par les revendications de libération et d'authenticité. On peut ainsi interpréter ce nouveau rapport au travail des jeunes entrepreneurs comme une volonté d'exploiter les ressources du capitalisme pour mieux en contourner les contraintes.

Conclusion

Au regard des récits de vie de ces entrepreneurs, trois facteurs peuvent être distingués pour comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale. D'abord le « goût d'entreprendre » peut être transmis par la famille bien que l'image du *self-made-man* conduise à résister à cette tendance. Ce « goût » peut être également construit au cours de la carrière professionnelle par la connaissance concrète d'exemples de créations d'entreprise. Ensuite, dans bien des cas, la création d'entreprise est un choix « rationnel », soit parce que les acteurs ont beaucoup de ressources, soit parce qu'ils en ont peu, soit encore parce que la situation dans laquelle ils se trouvent en fait une solution possible pour la réalisation d'un projet ou pour la poursuite de leur propre activité professionnelle. Mais il reste que tous ceux qui ont hérité de dispositions entrepreneuriales et tous ceux qui ont intérêt à créer une entreprise, ou sont en situation de le faire, ne le font pas. On retrouve alors les vieilles questions de Joseph Schumpeter et de Max Weber sur les dispositions éthiques de l'entrepreneur. Au-delà d'une socialisation entrepreneuriale et d'un calcul rationnel maximisant ses ressources, qu'est-ce qui fonde l'éthique entrepreneuriale ? Cette dernière notion permet d'envisager la création d'entreprise non plus seulement comme une forme de reproduction sociale et/ou comme un comportement guidé par la seule rationalité économique, mais également comme une forme de construction de soi. Pour autant, il n'y a pas de possibilité d'arbitrage entre ces différents registres d'action qui ne doivent donc pas être compris comme des catégories visant à faire une typologie des entrepreneurs mais plutôt comme une manière d'aborder dans un même mouvement la pluralité des logiques d'action de

l'entrepreneur[8]. Pour comprendre les motifs de l'engagement dans une carrière entrepreneuriale, l'entrepreneur doit être envisagé tout à la fois comme un agent socialisé (socialisation), un acteur stratégique (rationalité instrumentale) et un sujet doué de réflexivité (éthique personnelle). C'est dans la manière dont ces créateurs d'entreprise agencent ces trois logiques d'action dans leur modèle de justification que l'on peut saisir le sens qu'ils accordent à l'acte d'entreprendre.

La mise à distance de l'héritage social et la volonté de contrôler sa carrière professionnelle en s'affranchissant d'une partie des contraintes du marché du travail reposent aussi souvent sur une volonté d'être « les auteurs de leur propre vie ». Cette idée n'est pas sans rappeler le concept de *locus of control* défini par Rotter (1990) bien qu'il ne concerne pas l'étude des entrepreneurs au départ. Difficile à traduire en français, cette variable vise à interroger la tendance qu'ont les individus à penser qu'ils maîtrisent ou non ce qu'ils sont ou ce qu'ils font. L'auteur explique ainsi que face aux actions ou aux événements qui affectent leurs vies de manière positive ou négative, les individus s'en attribuent la responsabilité (*internal locus of control*) ou au contraire l'imputent au hasard, à la destinée ou à tout autre élément extérieur (*external locus of control*). Appliquant cette notion à la compréhension de l'éthique entrepreneuriale, certaines études montrent que les entrepreneurs se distinguent des autres par leur tendance à vouloir « maîtriser leur destin » illustrant le caractère interne de leur *locus of control* (McGraw et Robichaud, 1995). On peut d'ailleurs en trouver une bonne illustration dans la récurrence de la référence à la figure du *self-made-man* dans leurs discours.

La combinaison toujours singulière de ces logiques fait que nombre de nos créateurs d'entreprise, notamment lorsque celles-ci impliquent des innovations techniques, sont souvent au départ des « entrepreneurs malgré eux », entraînés dans le processus de création par une conjoncture biographique et professionnelle spécifique dans laquelle la fondation d'une entreprise est un des choix possibles dans une situation d'**incertitude**. Les effets du parcours antérieur apparaissent dans ces cas-là comme des ressources et des contraintes qui viennent s'ajouter aux caractéristiques directes de la situation des futurs entrepreneurs au moment où ils s'engagent dans le processus de création.

8. Comme le montre Filion (2000), il existe cependant une longue tradition de l'approche typologique dans l'étude de l'entrepreneur.

Bibliographie

BOUTILLIER (S.) ET UZUNIDIS (D.), *La légende de l'entrepreneur : le capital social ou comment vient l'esprit d'entreprise*, Paris, La découverte. 1999.

GARTNER (W. B.), « "Who Is en Entrepreneur ?" Is the Wrong Question », *American Journal of Small Business*, 12 (4), 1988, p. 11-32.

GRANOVETTER (M.), « La sociologie économique des entreprises et des entrepreneurs », *Terrains et travaux*, 4, 2003, p. 167-206.

GROSSETTI (M.) et BARTHE (J.-F.), « Dynamiques des réseaux interpersonnels et des organisations dans les créations d'entreprises », *Revue française de sociologie*, 49 (3), 2008, p. 585-612.

HERNANDEZ (E.-M), « Les trois dimensions de la décision d'entreprendre », *Revue française de gestion*, 168-169, 2006, p. 337-357.

MUSTAR (P.), « L'entrepreneur schumpétérien a-t-il jamais existé ? », *Annales des Mines*, mars 1994, p. 30-37.

REIX (F.), « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains », *Géographie, économie, société*, 10 (1), 2008, p. 29-41.

REIX (F.), « Les logiques d'action à l'œuvre dans l'acte d'entreprendre », Revue Interdisciplinaire Management, Homme(s) & Entreprise, 2012/1 (n°1), p. 37-52.

SHAPERO (A.) et SOKOL (L.), « The Social Dimensions of Entrepreneurship », dans C. Kent, D. Sexton et K. Vesper (eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Engelwood Cliffs (N. J.), Prentice Hall.

ZALIO (P.-P.), « 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, 2007, p. 23-81.