

L'entrepreneur au 21^e siècle

Tout le catalogue sur
www.dunod.com



Sous la direction de
Marie GOMEZ-BREYSSE
et Annabelle JAOUEN

L'entrepreneur au 21^e siècle

Reflet des
évolutions sociétales

DUNOD

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du

Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, Paris, 2012
ISBN 978-2-10-057281-6

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2^o et 3^o a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	1
PARTIE 1	
LES NOUVELLES TENDANCES DE COMPORTEMENT DE L'ENTREPRENEUR DU XXI ^e SIÈCLE	
1 Des mutations sociétales à l'origine de nouveaux comportements entrepreneuriaux (Marie Gomez-Breysse)	7
Une économie mondiale ancrée dans un système managérial	8
L'hypermodernité : l'ère d'une société entrepreneuriale	14
Conclusion	21
2 Le projet de vie, moteur de l'entrepreneur du XXI^e siècle (Marie Gomez-Breysse, Annabelle Jaouen, Séverine Saleilles)	23
Un projet entrepreneurial motivé par l'accomplissement personnel et la réalisation d'un projet de vie	24
La traduction du projet de vie en stratégie d'entreprise	29
L'entreprise : une facette plus qu'un aboutissement du projet de vie	33
Conclusion	36
3 L'entrepreneuriat <i>online</i> ou l'impact d'Internet sur l'entrepreneuriat du XXI^e siècle (Annabelle Jaouen, Walid A. Nakara)	37
Internet, facteur de mutation de l'entrepreneuriat du XXI ^e siècle	38
Internet et la génération Y	45
Risques du Web pour les entrepreneurs du XXI ^e siècle	47
Conclusion	56

4	La responsabilité sociale et environnementale : des convictions de l'entrepreneur à ses réalisations (Sandrine Berger-Douce, Agnès Paradis)	57
	L'entrepreneur, la RSE et l'humanisme	58
	Les applications de la RSE	66
	Conclusion	74
5	L'entrepreneur bricoleur ou les pratiques affichées de l'entrepreneur du 21^e siècle (Sandrine Ansart, Raffi Duymedjian, Hugues Poissonnier)	75
	Bricolage tactique et bricolage stratégique	76
	Bricoler, sinon une honte, du moins une clandestinité imposée	77
	L'entrepreneur bricoleur, une pratique revendiquée au 21 ^e siècle	85
	Conclusion	98

PARTIE 2

DES ENJEUX NOUVEAUX POUR LES ACTEURS
DE L'ENTREPRENEURIAT

6	Repenser les enjeux de l'accompagnement aux entreprises (Franck Bares, Didier Chabaud)	103
	Un besoin croissant de différenciation de l'accompagnement	105
	Écosystème entrepreneurial et réseaux d'accompagnement	114
	Conclusion	122
7	Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes (Catherine Léger-Jarniou)	123
	De la culture aux compétences entrepreneuriales	124
	Comment transmettre et mobiliser les compétences entrepreneuriales ?	130
	Conclusion	140

8 Faciliter l'accès à la création : entrepreneuriat collectif et entrepreneuriat à temps partagé (Marc-André Vilette)	141
Temps partagé et entrepreneuriat	142
La coopérative d'activités et d'emplois	150
Conclusion	159
Conclusion	161
Bibliographie	165
Index	171
Biographie des auteurs	173

INTRODUCTION

« Il n'existe rien de constant si ce n'est le changement. »

Bouddha

Sujet ardent, la création d'entreprise est soumise à bien des controverses. Présentée comme une possible alternative aux périodes de troubles économiques, ou bien comme une issue favorable pour les déçus des reconversions imposées par les innombrables restructurations d'une globalisation en panne de dynamique vertueuse, la création est un pas que nous ne sommes pas tous prêts à franchir.

Si l'intention de créer traverse les esprits de nombre d'entre nous, le passage à l'acte est une tout autre étape. Peut-on, en effet, comme le suggérait Raymond Barre, *créer des entrepreneurs* et ainsi transformer nos chômeurs en chefs d'entreprise fertiles et créateurs de valeur ? Tout un chacun peut-il devenir ce moteur économique ? Les qualités nécessaires au développement d'un projet d'entreprise dormiraient-elles en tout individu, puis seraient activées par certains et ignorées par d'autres ? Cette capacité est-elle innée ou peut-elle s'acquérir ?

Un débat où il est difficile de prendre place. Quoi qu'il en soit, les mutations économiques et sociales conduisent de plus en plus d'individus vers le chemin de la création d'entreprise, et ces chemins sont *nouveaux*. Ces quinze dernières années, le nombre de créations d'entreprises sans salarié a connu une augmentation croissante (il atteint 95 % des entreprises créées en 2010 selon l'INSEE). Mais outre cette hausse du nombre d'entreprises créées, c'est le sens même de l'entreprise qui évolue. Celle-ci devient un levier d'accomplissement d'un projet de vie personnel, les nouvelles technologies modifient les conditions de création et d'accompagnement des entrepreneurs, l'humanisme et le développement durable prennent une place de plus en plus centrale dans les stratégies, les comportements

organisationnels sont plus intuitifs et bricolés... L'entrepreneur change, il évolue avec son temps. Aussi faut-il le comprendre, pour mieux répondre à ses attentes. Il faut tenir compte de son état de santé, il faut adapter l'accompagnement aux nouveaux types d'entrepreneurs, il faut former nos jeunes et leur insuffler l'esprit d'entreprise.

Alors que le dernier baromètre d'Ernst and Young classe la France bonne dernière du G20 pour l'esprit d'entreprise, il convient de faire un point, un état des lieux sur l'entrepreneuriat au XXI^e siècle. Dans quel contexte ce nouvel entrepreneur évolue-t-il ? Qui est cet entrepreneur d'un nouveau type ? Quels sont ses comportements, ses stratégies ? Comment peut-on mieux l'accompagner ? C'est à ces questions que cet ouvrage apporte des réponses.

Pour cela, un retour sur les évolutions sociétales que nous traversons est indispensable pour mieux définir les nouveaux profils d'entrepreneurs et comprendre leurs choix économiques. Ensuite, nous suggérons de qualifier cette notion même de particularité stratégique, cette singularité qui peut être porteuse de réussite dans le projet entrepreneurial, et de montrer comment certains la développent. Enfin, et dans la mesure où les profils d'entrepreneur, le contexte économique et le contexte sociétal ont évolué, il semble inéluctable d'aborder les nouveaux enjeux. Les nouvelles formes d'accompagnement et de formation des entrepreneurs se multiplient, l'APCE (Agence pour la création d'entreprise), l'augmentation des programmes de formation en entrepreneuriat et les salons d'aide à la création en sont les meilleurs exemples.

Le chapitre 1, de Marie Gomez-Breysse, pose le cadre historique et sociologique de cet ouvrage. Elle expose les mutations auxquelles nos économies occidentales ont été (et sont) confrontées, et explique leurs effets sur l'entrepreneuriat. Ces transformations sociétales, sur le plan des comportements individuels et collectifs, remettent au cœur des priorités la recherche d'éthique, de valeur et de construction identitaire. Celles-ci transpirent aussi dans les pratiques entrepreneuriales, où elle observe de nouvelles formes d'entreprendre qui sont une démonstration concrète de ces évolutions.

Dans le chapitre 2, Marie Gomez-Breysse, Annabelle Jaouen et Séverine Saleilles expliquent en quoi le projet de vie est devenu le moteur de la création d'entreprise pour un grand nombre d'entrepreneurs. Elles présentent l'entrepreneur *lifestyle* comme l'entrepreneur type du XXI^e siècle, cherchant à concilier travail et plaisir, et montrent qu'il adopte des stratégies de localisation, d'activité et de réseau particulières.

Annabelle Jaouen et Walid Nakara analysent ensuite, dans le chapitre 3, l'influence des nouvelles technologies sur les comportements des entrepreneurs qu'ils nomment 2.0. La plupart d'entre eux sont issus de la fameuse génération Y, et adoptent des comportements nouveaux. Les auteurs exposent ainsi les mutations sociales et économiques engendrées par le développement d'Internet, du Web 2.0 et du Web 3.0, et soulignent leurs enjeux pour les entreprises. De la facilité de création par Internet à l'auto-accompagnement, les auteurs analysent ces nouvelles pratiques.

Dans le chapitre 4, Sandrine Berger-Douce et Agnès Paradas montrent que la responsabilité sociale et environnementale est au cœur des stratégies et des pratiques des entrepreneurs. Les auteurs présentent ces comportements humanistes et analysent les raisons qui peuvent inciter les entrepreneurs d'aujourd'hui à être socialement responsables.

Le chapitre 5 met l'accent sur les pratiques organisationnelles de l'entrepreneur du XXI^e siècle, en présentant l'entrepreneur bricoleur. Loin des outils formalisés et de la prise de décision planifiée et rationnelle, Sandrine Ansart, Raffi Duymedjian et Hugues Poissonnier montrent les bienfaits du bricolage managérial, et exposent des pratiques de plus en plus fréquentes chez les entrepreneurs, comme le détournement et le réusage.

Face à ces comportements d'un nouveau genre : hédonisme, humanisme, RSE, bricolage, cyber-entrepreneuriat, force est de constater que l'environnement de la création d'entreprise doit s'adapter et « surfer » sur ces nouvelles tendances. Ainsi, la seconde partie de cet ouvrage s'intéresse-t-elle aux enjeux nouveaux qui se présentent aux acteurs de l'entrepreneuriat : structures d'accompagnement, centres de formations, mais aussi formes alternatives comme les coopératives d'activités et d'emplois.

Franck Barès et Didier Chabaud proposent dans le chapitre 6 de repenser l'accompagnement à la création en fonction de ces dimensions et en accordant une place toute particulière au territoire. En effet, les pratiques d'accompagnement aujourd'hui doivent être concordantes avec les besoins des porteurs de projets. Les auteurs soulignent que ces structures doivent fonctionner en réseau et ils prônent un véritable écosystème entrepreneurial cohérent.

Catherine Léger-Jarniou insiste, dans le chapitre 7, sur la nécessité d'éveiller la jeune génération et d'insuffler l'esprit d'entreprise aux étudiants. Elle propose des actions concrètes de formation et d'incitation pour développer cette capacité. Elle aborde ainsi le nécessaire développement de

la culture entrepreneuriale et les manières de transmettre et mobiliser les compétences entrepreneuriales.

Enfin, dans le chapitre 8, Marc-André Vilette se centre quant à lui sur les nouvelles formes d'organisation et d'emploi, et développe les notions d'entrepreneuriat collectif et d'entrepreneuriat à temps partagé. Il décrit notamment, à travers l'exemple de la coopérative d'activités et d'emploi, mais aussi d'autres canaux, ces nouvelles pratiques qui permettent à l'entrepreneur du XXI^e siècle de disposer de plusieurs emplois complémentaires, ou de concilier projet de vie et création d'entreprise.

En guise de conclusion, nous synthétiserons les enjeux nouveaux qui s'offrent à l'entrepreneur aujourd'hui : le développement de compétences nouvelles, l'apparition de nouvelles opportunités de marché, tout comme la nécessaire prise en compte de l'état de santé de l'entrepreneur. De même, de nouvelles pistes d'accompagnement sont proposées, comme la formation action. Il est en effet indispensable de comprendre les mutations que nous traversons, et de prendre en compte ces changements de comportements pour mieux soutenir l'esprit d'entreprise et la création d'entreprise au XXI^e siècle.

Marie Gomez-Breyse et Annabelle Jaouen

PARTIE 1

LES NOUVELLES TENDANCES DE COMPORTEMENT DE L'ENTREPRENEUR DU XXI^e SIÈCLE

DES MUTATIONS SOCIÉTALES À L'ORIGINE DE NOUVEAUX COMPORTEMENTS ENTREPRENEURIAUX

Marie Gomez-Breyse

« Les espèces qui survivent ne sont pas les espèces
les plus fortes, ni les plus intelligentes, mais celles qui
s'adaptent le mieux aux changements. »

Charles Darwin

En théorie, comme dans la pratique, il apparaît que les mutations sociétales sont concomitantes aux évolutions des comportements de l'entrepreneur. Même si à ce jour aucune étude ne révèle encore de façon précise les degrés de corrélation des deux phénomènes, force est de constater que la société s'est beaucoup transformée et entraîne avec elle de nouveaux comportements, tant sur le plan de l'individu que de l'entrepreneur.

Pour mieux appréhender les modifications ayant cours, il convient de revenir sur les fondements historiques, économiques et sociétaux, avant d'aborder les mutations en tant que telles, puis l'émergence des nouveaux comportements qui en sont le résultat.