

Le potentiel de ressources de l'entrepreneur innovateur

The Resource Potential of the Innovative Entrepreneur

Sophie Boutillier¹

¹ Université du Littoral-Côte d'Opale, Laboratoire Clersé, Réseau de Recherche sur l'innovation, Sophie.boutillier@univ-littoral.fr

RÉSUMÉ. La théorie économique de l'entrepreneur est basée sur trois mots clés : incertitude, risque et innovation. Elle se développe à partir du 18^e siècle avec Cantillon qui définit l'entrepreneur comme un preneur de risque et le moteur de l'évolution économique. Aux 19 et 20^e siècle, Say et Schumpeter ajoutent l'innovation. Par la suite, l'école autrichienne analyse le processus de découverte des opportunités entrepreneuriales en soulignant le rôle des réseaux de relations sociales pour réduire l'incertitude du marché. Le concept du potentiel de ressources de l'entrepreneur innovateur fait la synthèse de ces différentes théories en montrant d'une part que l'entrepreneur est un agent économique socialisé, d'autre part que l'entrepreneur possède trois ressources qu'il capitalise et valorise pour réaliser son projet dans un contexte d'incertitude.

ABSTRACT. The economic theory of the entrepreneur is based on three key-words: uncertainty, risk and innovation. The theory was developed in the 18th century with Cantillon who defined the entrepreneur as a risk taker and the engine of economic evolution. During the 19th and 20th centuries, Say and Schumpeter contributed to innovation. Thereafter the Austria School of thought analyzed the discovery process of entrepreneurial opportunities, underlining the key role of social relationship networks reducing the market uncertainty. The concept of the resource potential of the innovative entrepreneur makes the synthesis of these different theories show on the one hand that the entrepreneur is a socialized economic agent, and on the other hand that the entrepreneur owns three kind of resources that they capitalize and enhance in order to develop their project in a context of uncertainty.

MOTS-CLÉS. Entrepreneur, innovation, opportunité, ressources.

KEYWORDS. Entrepreneur, innovation, opportunity, resources.

La théorie économique de l'entrepreneur se constitue dès la fin du 18^e siècle avec Richard Cantillon. L'entrepreneur qu'il définit n'est pas forcément un innovateur dans le sens où nous l'entendons aujourd'hui, mais il est indéniablement un facteur de modernisation de l'économie en favorisant la circulation des biens, dans une économie en proie à la rareté. Il le définit en effet comme l'agent économique qui prend des risques parce que placé dans une situation d'incertitude. Environ un siècle plus tard, alors que la révolution industrielle se diffuse en Europe, Jean-Baptiste Say définit le métier d'entrepreneur, par nature innovateur et qui participe à la modernisation de l'économie et de la société. Au début du 20^e siècle, J. A. Schumpeter met également l'accent sur la capacité à innover de l'entrepreneur et de modernisation de l'économie et de la société. Ces théories fondatrices de la théorie de l'entrepreneur s'inscrivent dans un contexte d'industrialisation et de reconnaissance progressive de l'initiative individuelle. Mais, au-delà du rôle de l'entrepreneur, et des indicateurs de sa réussite (création d'entreprise, innovation, organisation du marché...), la question fondamentale est de savoir comment naît l'entrepreneur innovateur au-delà de la fonction entrepreneuriale qui existe indépendamment des agents économiques qui la portent, pour pouvoir identifier des histoires singulières d'entrepreneurs. Si l'entrepreneur a pour fonction de collecter des ressources pour donner corps à son projet, quelles doivent être ses qualités cognitives, ses connaissances scientifiques et techniques, managériales pour y parvenir ?

Les économistes ont identifié très tôt deux types de facteurs productifs, le capital et le travail. Le premier représentant tout ce qui ne relève pas de l'humain, contrairement au second. La définition du facteur travail a été progressivement affinée d'abord avec la théorie du capital humain, puis la théorie de la connaissance, en distinguant connaissances tacites et codifiées. Pour répondre à ces questions,

nous avons élaboré le concept du potentiel de ressources de l'entrepreneur innovateur défini comme un ensemble de ressources (en connaissances, finances et social) propre à chaque individu (Boutillier, Uzunidis, 2016). Le potentiel de ressources s'apparente à un capital que tout individu valorise en réalisant un projet (parmi lesquels la création d'une entreprise), en fonction de la socialisation de chaque individu, aux sens micro du terme (c'est-à-dire familial et individuel) et macro (contexte économique, codes et règles sociales). Le potentiel de ressources a été construit comme une tentative de réponse à l'impasse des économistes néoclassiques à définir avec précision l'entrepreneur et son rôle de modernisateur de l'économie, en mettant notamment à profit les apports de Granovetter (1985) et d'Aldrich (2011). Nous avons divisé ce texte en deux parties, l'objectif de la première partie est de définir l'entrepreneur innovateur à partir des principales théories économiques de l'entrepreneur, pour aboutir au potentiel de ressources de l'entrepreneur. Pour approfondir la théorie du potentiel de ressources dans la seconde partie, nous reviendrons sur l'analyse d'abord des ressources en connaissances et financières de l'entrepreneur, pour dans un second temps, montrer comment les réseaux de relations sociales, formelles et informels, participent à la formation puis au développement du potentiel de ressources, permettant à l'individu d'accéder à de nouvelles ressources pour aboutir par ce moyen à la réalisation de son projet, à savoir la création d'une entreprise.

1. Le potentiel de ressources de l'entrepreneur innovateur

1.1. Définir l'entrepreneur innovateur

Depuis Richard Cantillon (1755), l'entrepreneur est un faiseur de projets, un preneur de risques en s'engageant vis-à-vis d'un tiers de façon ferme, sans garantie de sa solvabilité (Boutillier, Tiran, 2016). C'est en ce sens qu'il participe à la modernisation de l'économie. Dans *Essai sur la nature du commerce en général* (1755), l'entrepreneur matérialise la main invisible que Smith définira près de vingt ans plus tard. Cantillon conceptualise le comportement entrepreneurial en le reliant au fonctionnement changeant du marché. L'entrepreneur prend des risques et va en éclaireur pour trouver ce que les économistes du 20^e siècle nommeront les opportunités entrepreneuriales. Adam Smith en revanche, qui connaissait très certainement Cantillon, se méfie du faiseur de projets que celui-ci loue. Dans *La Richesse des nations* (1776), il privilégie l'individu, les rapports de concurrence et les avantages réciproques tirés par tous les protagonistes. L'entrepreneur a donc implicitement un rôle actif et dynamique. Il est un agent de changement et participe à la création de richesse. En ce sens l'entrepreneur smithien est bien un agent social. Il crée des manufactures et pour ce faire doit recruter des travailleurs (qu'il doit détourner d'autres occupations). Mais ces activités sont périlleuses, et les profits escomptés ne sont pas forcément obtenus car la concurrence est forte, lancer une nouvelle activité est un pari risqué sur l'avenir. Mais Smith est également l'auteur de *La théorie des sentiments moraux* (1759), où il trace des portraits très variés d'entrepreneurs qui sont le produit de différents types de socialisation : l'homme prudent, le fils de l'homme pauvre et le faiseur de projets. L'homme prudent est un petit entrepreneur qui gère son entreprise avec prudence. Il dispose de fonds qu'il peut dépenser pour des plaisirs immédiats (dépenses courantes ou extraordinaires). Il est un calculateur avisé, et dispose d'une petite entreprise, qui s'avère plus lucrative qu'une grande. Le fils de l'homme pauvre en revanche cherche à se hisser dans la hiérarchie sociale en y réussissant en tant qu'entrepreneur, et sympathise volontiers avec les riches, pensant qu'ils sont admirés pour leur fortune, et veut aussi être riche. D'où son désir de devenir entrepreneur. Mais, il doit faire de nombreux sacrifices pour y parvenir. Peu instruit, il travaille énormément et réduit sa consommation présente pour épargner. Comme l'homme prudent, il préfère le capital à la consommation. Il passe sa vie à réinvestir continuellement ses profits. Il est frugal et possède une grande acuité dans les affaires. Enfin, le faiseur de projets est animé par une grande passion, et peut être amené à détourner les lois pour réaliser ses projets.

Partant de Smith qu'il avait lu et apprécié, Jean-Baptiste Say (1803) construit une définition bien différente de l'entrepreneur qui est par définition un innovateur. Etre entrepreneur est un véritable

métier, pour réussir il faut réunir un ensemble de qualités très variées et peu communes. L'entrepreneur participe à la diffusion du progrès, en tant qu'intermédiaire entre le savant qui produit la connaissance et l'ouvrier qui l'applique à l'industrie.

En revanche, dans le modèle walrasien, où l'incertitude a été bannie, l'entrepreneur disparaît forcément. Pour Léon Walras, l'entrepreneur n'est qu'un intermédiaire entre les marchés, qui se plie sans résistance à leur volonté. Il est présent dans l'agriculture, l'industrie et le commerce, où il achète des matières premières, loue des terres, des bâtiments, des instruments de travail, embauche des travailleurs, et vend sa production. Dans *Éléments d'économie pure* (1874), Walras définit l'entrepreneur essentiellement comme un intermédiaire entre les marchés, dénué de toutes capacités stratégiques et capacité d'innovation. L'entrepreneur est un agent économique qui maximise son profit, en l'absence de toute stratégie. L'entrepreneur walrasien, contrairement à Cantillon ou Say (Boutillier, Uzunidis, 2016), n'est pas un individu exceptionnel. Il ne se distingue pas par des facultés spécifiques. L'entrepreneur est un agent économique qui maximise son profit, en l'absence de toute stratégie, pourtant Walras décrit avec précision la comptabilité de l'entrepreneur, en soulignant l'intérêt de connaître sa situation sur ce point : perte ou de profit. L'entrepreneur walrasien, contrairement à Cantillon ou Say (Boutillier, Uzunidis, 2016), n'est pas un individu exceptionnel. Il ne se distingue pas par des facultés spécifiques.

Mais face à l'incertitude que reconnaît Menger (1883), les agents ne peuvent être des maximisateurs, car ils ont chacun une vision différente du marché, chaque individu est unique. L'intérêt personnel n'est pas non plus le seul ressort de leur action. Les agents économiques poursuivent leurs objectifs dans l'incertitude et peuvent se tromper. Menger, qui met fondamentalement l'accent sur les qualités psychologiques des individus, rappelle que si Smith a écrit *La richesse des nations*, il est aussi l'auteur de *La théorie des sentiments moraux*, et sur la socialisation des individus. Deux individus ne peuvent avoir la même vision du monde car celle-ci est le fruit de la socialisation de chacun. L'entrepreneur mengerien n'a pas une vision objective de la situation économique dans laquelle il est inséré, puisque fonction de la position qu'il occupe dans le marché, mais également de sa propre identité.

Joseph A. Schumpeter (1911) reprend en filigrane l'idée de Say, qui tout en cherchant à pallier les lacunes du modèle walrasien, et fortement influencé par Sombart, il définit l'entrepreneur comme l'agent économique innovateur, soit un agent irrationnel au sens walrasien du terme, qui n'est pas guidé par le calcul économique. C'est aussi un joueur, assumant la réussite et la faillite. Mais, les mobiles humains ne sont jamais strictement individuels, ils s'inscrivent toujours dans une réalité historique donnée. L'entrepreneur est le moteur de la « destruction créatrice », son mobile est le défi, le changement, le jeu, contre l'ordre économique établi. Mais, l'innovation ne se limite pas à la création d'un nouveau bien ou à l'introduction de la machine dans les ateliers. Elle est, grossièrement, ce qui permet à l'entrepreneur d'accroître son chiffre d'affaires et sa position dominante de marché. Aussi, bien qu'il ne soit pas résolument certain de l'effet de sa trouvaille, elle peut devenir (en cas de réussite) un moyen de lui conférer provisoirement une position de monopole lui permettant de fixer ses règles, et de maîtriser l'incertitude du marché. L'entrepreneur schumpétérien est l'agent économique qui réalise de nouvelles combinaisons de facteurs de production qui sont autant d'opportunités d'investissement et de définitions de l'innovation (produit, procédé, organisationnelle, nature des intrants utilisés...). La définition générale que Schumpeter donne de l'innovation fait du profit un revenu exceptionnel et temporaire récompensant l'entrepreneur, soit l'agent économique qui a pris le risque de rompre la monotonie de l'équilibre walrasien. L'entrepreneur n'est pas rationnel. Il a du charisme et de l'autorité et sait s'imposer. Il se situe à l'extérieur des cercles d'affaires établis. Il est le révolutionnaire de l'économie et le pionnier involontaire de la révolution sociale et politique !

Alors que dans les années 1970, la « technostructure » (Galbraith, 1968) s'est substituée à l'entrepreneur, William Baumol (1968) regrette que la microéconomie ait réduit l'entrepreneur à un

« automate maximisateur », dénué de tout sens de la stratégie. Baumol distingue les deux rôles de l'entrepreneur : il rend disponible les flux d'informations entre les marchés et entre les facteurs qui peuvent améliorer l'efficacité des méthodes de production ou faciliter l'introduction de nouvelles ; il alloue des ressources, sous la contrainte d'une information coûteuse et limitée et dont la réflexion implique un coût d'opportunité en temps et en effort. En résumé, il définit l'entrepreneur de comme une personne qui agit pour modifier le présent et atteindre un objectif. Mais à lui seul, l'entrepreneur ne peut pas tout, il faut aussi une bonne culture et de bonnes institutions (Baumol, 1990). De mauvaises institutions sont celles qui sont fondées sur la recherche de la rente et de privilèges et le clientélisme, favorisant le développement d'activités improductives. L'action entrepreneuriale ne joue pas toujours en faveur de la croissance économique. L'Etat-providence réduit l'activité productrice des entrepreneurs en augmentant les coûts d'opportunité, il doit en revanche favoriser la création d'entreprises et l'initiative individuelle en définissant clairement les droits de propriété, la réussite économique d'un pays étant directement liée à la quantité et à la qualité de son offre entrepreneuriale.

Alors que Schumpeter définit l'entrepreneur comme un être d'exception, Mises (1966) considère au contraire que tout le monde (capitalistes, propriétaires et travailleurs) peut être entrepreneur, car tous ont un comportement maximisateur. Car l'entrepreneur de l'école autrichienne ne se réduit pas à l'agent économique maximisateur dans un marché parfait. Il s'inscrit dans une réalité économique difficile qu'il cherche à maîtriser, de manière à réaliser son projet. Pour Mises, tout individu est un entrepreneur en puissance, l'entrepreneur n'est donc pas un être d'exception en affaires. Tout le monde a un comportement entrepreneurial et recherche le profit. Un individu ne remplit jamais une seule fonction, mais plusieurs (entrepreneur, propriétaire, travailleur, etc.) selon les circonstances. Pourtant, la fonction entrepreneuriale est spécifique, car l'entrepreneur poursuit un but égoïste (le profit) dans un contexte difficile très concurrentiel, car il doit répondre aux besoins exigeants des consommateurs.

Mark Casson (1991) construit un lien entre la firme et l'entrepreneur en se focalisant sur ce dernier, lequel est au cœur de l'action par son intervention en matière de décisions (affectation des facteurs de production, création de marchés, etc.). Il explique que ce sont les individus qui prennent des décisions, non les organisations, et définit l'entrepreneur comme quelqu'un de spécialisé qui prend des décisions réfléchies relatives à la coordination de des ressources rares. L'entrepreneur coordonne des ressources rares, le capital et le travail. Ce qui fait de lui un agent du changement. L'entrepreneur est un individu qui se caractérise par sa capacité à prendre des décisions pour la coordination des ressources rares. Il va percevoir de manière intuitive une situation donnée qui sera donc différente de celle d'autres agents économiques, cherchant ainsi à tirer profit de sa situation sur celle des autres entrepreneurs car il est persuadé de la justesse de ses décisions. Le problème de l'entrepreneur est donc de protéger sa position, et d'accepter d'en supporter le coût. Casson souligne tout particulièrement la difficulté d'accéder à l'information. La création d'une entreprise apparaît ainsi comme le moyen de lutter contre l'ignorance, en surveillant l'échange. La firme n'est donc pas seulement un espace de production, mais intègre aussi les activités administratives, de gestion des transports, etc. Elle est une fiction juridique qui apporte de nombreux avantages sur le plan fiscal par exemple, et est directement liée à l'entrepreneur puisqu'elle est le résultat de sa décision propre. Mais elle joue aussi un rôle fondamental pour collecter l'information. Car elle permet de rechercher des sources extérieures d'informations permettant de développer de nouvelles idées, elle capture l'information produite par chacun de ses membres pour développer de nouvelles idées. Enfin, elle diffuse des informations pour améliorer son aptitude à créer de nouveaux marchés. Ce faisant, elle grandit et certains de ses membres pourront être amenés à la quitter pour en créer une autre grâce à des informations particulières qu'ils auront forgées (Wanscoor, 1995).

Pour Aldrich, tous les entrepreneurs ne sont des innovateurs, mais tous participent avec efficacité au fonctionnement de l'économie. Il distingue les entrepreneurs révolutionnaires et imitateurs, et note que nombre de catégories sociales (ouvriers, employés, cadres, demandeurs d'emploi) peuvent être conduites à créer une entreprise, sans pour autant être des révolutionnaires de l'économie... Les

imitateurs peuvent être assimilés à des « reproducteurs » (Alrich, 2011 ; Aldrich, Martinez, 2003). Les reproducteurs ont un comportement mimétique, censé engendrer des solutions efficaces à moindres coûts. S'il semble a priori plus facile d'imiter des pratiques connues que d'en créer de nouvelles, imiter n'élimine pas le risque, parce que les entrepreneurs ne disposent pas de toutes les informations objectives à propos des faillites d'autres entrepreneurs. Il est de plus fondamentalement difficile d'avoir un comportement imitateur dans une société reposant sur la concurrence et l'innovation permanente. Alors pourquoi innover ? Le choix entre un comportement innovateur ou imitateur peut se justifier du point de vue du revenu. Certains entrepreneurs partent de façon délibérée des connaissances existantes qu'ils recombinent pour innover. D'autres encore peuvent être amenés par défi à aller à l'encontre des pratiques, valeurs sociales et culturelles établies. Certains entrepreneurs adoptent un comportement déviationniste, simplement par méconnaissance des normes culturelles existantes, et sont forcément dotés d'une rationalité limitée.

1.2. Le potentiel de ressources de l'entrepreneur innovateur

L'entrepreneur se définit par conséquent en tant que tel, mais également en fonction du contexte socioéconomique dans lequel il est encastré (Granovetter, 1985). La dimension sociale du comportement entrepreneurial est évidente puisqu'évoluant en société, il est en interaction permanente avec d'autres agents économiques. Cet environnement constitue à la fois une limite et une opportunité. Selon l'origine sociale des agents économiques, le champ des possibles est plus ou moins large. D'autre part, c'est dans ce champ des possibles sociaux que l'individu puise les ressources dont il a besoin pour mener à bien son projet (trouver un emploi, créer une entreprise, etc.). Le potentiel de ressources de l'entrepreneur (Boutillier, 2013 ; Boutillier, Uzunidis, 2016) est composé de trois types de ressources : connaissances, financières et sociales. Les économistes autrichiens ont très tôt mis l'accent sur les réseaux de relations sociales. Par la suite, Bourdieu (1980) définit le capital social pour montrer que la hiérarchisation sociale ne réside pas seulement dans le niveau de revenu des agents sociaux, mais aussi dans leur capacité (ou incapacité) à créer un réseau de relations sociales de toutes natures, grâce auquel ils peuvent s'insérer dans un groupe social. Le capital social est en effet un ensemble de ressources effectives ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations sociales que l'individu entretient par un investissement social approprié pour se procurer des profits matériels ou symboliques (un mariage, une activité commerciale ou autre).

Pour s'imposer sur un marché, l'entrepreneur innovant doit maîtriser un ensemble de connaissances complexes : technologiques, commerciales et managériales. Or, les connaissances dont dispose l'entrepreneur sont partielles. Mais, c'est en vivant en société qu'il tire les ressources qu'il ne posséderait pas s'il vivait de façon isolée (Hayek, 1960). Ainsi, l'entrepreneur apprend par le marché, de ses erreurs et de ses réussites, et construit une stratégie alternative (si nécessaire) lui permettant de saisir des opportunités (Kirzner, 1973). Les trois types de ressources se développent en interaction. Le réseau de relations sociales se construit dès la socialisation primaire de l'individu, il se poursuit lors de sa scolarisation (acquisition de connaissances codifiées), puis dans le cadre professionnel, voire dans un cadre informel (acquisition de connaissances tacites). Facilitant ainsi (ou non) l'accès à d'autres ressources, en premier lieu les ressources financières, en fonction de la qualité de ses réseaux sociaux.

Le processus de socialisation de l'individu doit être appréhendé au sens micro, mais également macroéconomique et sociétal. Tout individu est originellement façonné par son environnement familial. Sur le plan macroéconomique, quel est l'état de l'économie (en récession ou en expansion), du développement technique et scientifique, les politiques publiques pour favoriser le développement des affaires ou tel ou tel secteur d'activité ? La société dans laquelle est encastré l'individu privilégie-t-elle la prise d'initiative, la réussite entrepreneuriale et l'enrichissement individuel ?

Le capital humain (Schultz, 1961 ; Becker, 1965), à l'image du capital physique, financier ou social, peut être accumulé et valorisé grâce à l'éducation, la formation, l'apprentissage et l'expérience. Ces connaissances sont codifiées et tacites. Les connaissances codifiées sont acquises dans le cadre scolaire

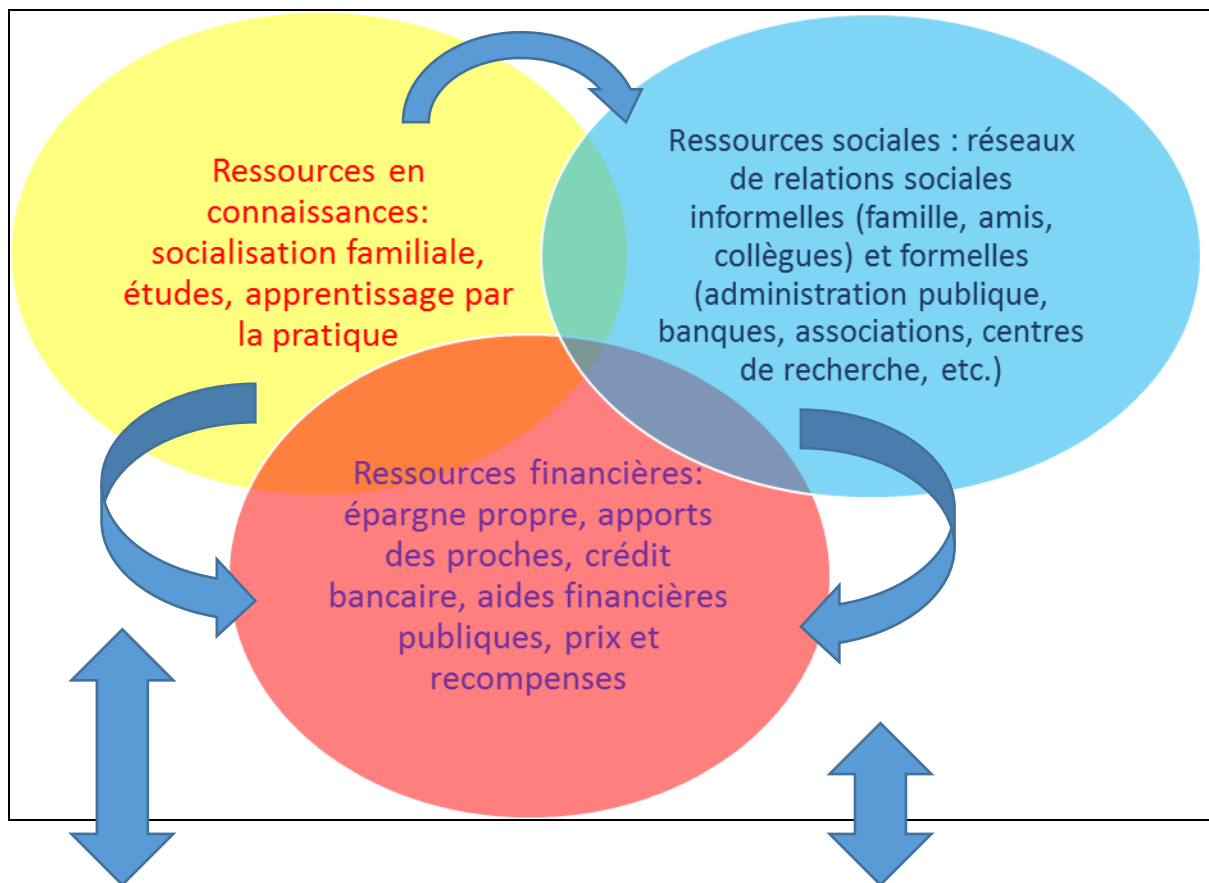
(de primaire à supérieur). Leur maîtrise se concrétise par l'obtention d'un diplôme, les connaissances tacites par la socialisation familiale ou professionnelle, voire par un réseau de relations amicales ou de voisinage : compétences, savoir-faire ou expérience. Les individus s'instruisent de leurs erreurs et de leur expérience du marché. L'acquisition des connaissances codifiées et tacites est le résultat du processus de socialisation familiale, professionnelle, sociétale et permettent à l'entrepreneur de reconnaître les opportunités d'investissement, même s'il agit dans l'ignorance partielle des décisions prises par ses concurrents, le marché étant en situation endémique de déséquilibre.

Les ressources financières sont effectives et potentielles. Les premières sont formées par les ressources propres de l'individu, lesquelles sont composées de ses revenus courants (salaires, dividendes, primes, etc.), mais également de son patrimoine financier et immobilier, le revenu permanent (Friedmann, 1957). L'entrepreneur peut financer son activité par le crédit bancaire, mais la banque peut ne pas lui accorder sa confiance. Aussi, la principale alternative à la banque est la famille (Casson, 1982). La famille peut en effet constituer une garantie de remboursement pour le banquier en fonction du patrimoine de celle-ci. Mais, la question du capital de démarrage est fondamentale, l'âge déterminant à la fois le revenu et le patrimoine de l'individu (Ando, Modigliani, 1963), lesquels sont faibles lorsque l'individu est jeune, d'où l'importance du soutien familial. Mais lorsque celui-ci est impossible, l'apport extérieur devient indispensable : crédit bancaire (généralement toujours nécessaire) ou soutien d'une agence d'accompagnement, via les politiques publiques en la matière. Enfin, selon le secteur d'activité (en premier lieu dans les hautes technologies), ou des structures financières dans une économie donnée (fonds de capital-risque, crowdfunding ou autres), le candidat entrepreneur accède à des moyens de financement plus diversifiés, généralement en ayant été introduit par un pair, garant d'une relation de confiance.

Le tableau ci-dessous synthétise les différents types de ressources composant le capital social de l'entrepreneur innovateur :

Ressources	Description
En connaissances	Connaissances tacites acquises par la socialisation familiale et professionnelle Connaissances codifiées acquises dans le cadre de la scolarisation primaire puis supérieure
Financières	Ressources financières effectives : épargne propre, patrimoine personnel ou familial Ressources financières potentielles : accès au crédit, à des subventions, prix, crowdfunding
Sociales	Réseau de relations sociales informel : réseau familiaux, amicaux, de voisinage Réseau de relations sociales formel : réseau de relations sociales constitué dans le cadre scolaire et universitaire, professionnel et institutionnel

Le schéma ci-dessous représente de façon plus concrète les relations entre les trois items du potentiel de ressources de l'entrepreneur innovateur. Il est en effet fondamental d'une part de bien souligner l'encastrement social de l'entrepreneur, d'autre part le rôle important des ressources sociales qui sont à la fois des ressources qui se développent par exemple dans le cadre de la socialisation des agents des agents économiques (voir relations entre ressources en connaissances et sociales) et des ressources en tant que telles qui apportent aux agents économiques les informations dont ils peuvent avoir besoin pour réaliser leur projet :



Contexte socio-économique

2. Les ressources de l'entrepreneur innovateur : connaissances, finance et réseaux sociaux

2.1. Connaissances et moyens financiers, les ressources indispensables de l'entrepreneur innovateur...

Les ressources en connaissances et financières sont fondamentales. Le métier d'entrepreneur réside selon Say (Tiran, 2015) dans un travail de coordination et peut-être aussi d'instinct. L'entrepreneur doit être capable d'analyser et anticiper pour prendre les décisions qui lui seront profitables. Say examine avec attention les qualités qui font le prix du travail de l'entrepreneur : la capacité de lever des capitaux, ce qui suppose une réputation de probité et d'intelligence. Devenir entrepreneur exige de nombreuses qualités individuelles qu'il résume dans le talent d'administrer. L'entrepreneur est un preneur de risque et est responsable en dernier ressort de son échec ou son succès. Dans la division du travail, l'entrepreneur est un producteur au côté du savant et de l'ouvrier. Ses capacités et qualités lui confèrent une grande liberté d'action grâce au marché. Mais, l'activité entrepreneuriale est difficile. Un grand nombre d'individus en sont ainsi exclus. Des facultés intellectuelles, des connaissances techniques et les qualités que doit posséder l'entrepreneur sont peu communes recoupant des domaines très variés relatifs au fonctionnement d'une entreprise : connaissance technique du métier, mais également du marché (débouchés et fournisseurs), de la gestion du personnel (difficultés à administrer un grand nombre de personnes travaillant ensemble). L'entrepreneur doit également savoir compter, car sans profit, l'entreprise disparaît. Ce genre de travail exige aussi des qualités morales rares : du jugement, de la constance, la connaissance des hommes et des choses, outre avoir la tête habituée au calcul.

L'entrepreneur ne peut pas toutefois se lancer dans n'importe quel projet sans maîtriser un minimum de connaissances sur les procédés techniques et d'organisation qu'il va devoir mettre en œuvre, il a besoin de s'entourer de plusieurs personnes aux compétences complémentaires. Cet art d'application, en quoi réside la compétence fondamentale de l'entrepreneur, repose non seulement sur des

connaissances scientifiques, mais aussi et surtout sur l'application de ces notions aux besoins de l'homme, de façon que l'on puisse tirer de ces connaissances la création d'un produit répondant à une utilité, et qu'il pourra vendre à un prix lui permettant de couvrir l'ensemble des dépenses que l'on aura engagé. Car l'entrepreneur doit pouvoir dégager un revenu suffisant de son activité.

Créer une entreprise ne se résume pas à une question technique. C'est aussi une combinaison intellectuelle permettant d'associer des éléments très différents et de les combiner de telle façon que leur association débouche sur la réalisation de l'idée. Pour y parvenir il faut aussi apprécier la nature des besoins humains à satisfaire. Ainsi, l'entrepreneur ne peut pas exécuter seul toutes les opérations. Il est l'agent principal de la production et doit être doté d'une bonne capacité de jugement, avant de disposer des compétences techniques et scientifiques. Mais cette capacité de jugement n'est pas innée, elle est fondamentalement socialisée et doit être ou moins développée, d'où le rôle fondamental de l'éducation, qui elle-même découle des moyens mis en œuvre par les Etats pour la rendre accessible à tous, tous les individus ne sont pas cependant en capacité de la recevoir. La question de l'instruction est en effet déterminante pour empêcher la force de l'habitude et les routines de bloquer l'adaptation et le développement économique (Say, 1803).

Dans *Etudes d'économie appliquée*, Walras décrit les relations de l'entrepreneur et du banquier, et souligne que les banquiers sont des entrepreneurs, et doivent inspirer la confiance. Walras met aussi en avant le rôle de l'Etat, qui doit faire en sorte que chacun puisse réaliser ses ambitions.

Au-delà de sa définition générique de l'entrepreneur, Schumpeter esquisse un portrait plus précis de l'entrepreneur et sur ses moyens d'action (Boutillier, Uzunidis, 2016). Il explique que l'entrepreneur est juridiquement indépendant, mais économiquement dépendant en raison des rapports de concurrence. Son indépendance est aussi limitée par les difficultés auxquelles il peut être confronté pour réunir son capital de démarrage. L'entrepreneur doit vaincre le conformisme du banquier, opinion partagée avec Say. Mais, l'entrepreneur est aussi un individu hors du commun, une sorte de héros. La recherche du profit est secondaire, bien qu'elle ne soit pas négligée. L'entrepreneur est une espèce de joueur pour qui la joie de créer l'emporte sur la recherche intrinsèque du gain. Même si le profit couronne le succès des nouvelles combinaisons de facteurs de production. C'est un « calculateur génial » (l'expression est de Say) car il peut prévoir mieux que les autres l'évolution du marché, sachant que ses décisions ne se fondent pas seulement sur le calcul économique, mais aussi des facteurs psychologiques.

Pour détecter les opportunités, de la tradition kirznerienne, Scott Shane (2003) met l'accent sur les connaissances accumulées et l'expérience de l'entrepreneur. Mais, la détection des opportunités est ardue. Chaque entrepreneur a des connaissances et l'expérience qui lui sont propres : sur les marchés, ou des problèmes avec des consommateurs. Shane place la découverte des opportunités entrepreneuriales au carrefour des approches micro (basée sur les qualités de l'individu qui incluent par exemple son niveau d'éducation, son expérience professionnelle, son âge, sa position sociale, le coût d'opportunité, etc.) et macroéconomique. La création d'une entreprise repose donc fondamentalement sur le coût d'opportunité car tout individu a le choix entre travailler pour un employeur ou exploiter lui-même des opportunités, en fonction de leur coût relatif. Shane se réfère fréquemment à Casson et à Baumol, soulignant l'importance du cadre institutionnel dans lequel sont insérés les entrepreneurs, qui se compose de trois grandes items relatifs à l'environnement économique (par exemple : revenus, fiscalité, ressources en capital, croissance économique, etc.), politique (libéralisme, droit de propriété, décentralisation du pouvoir, etc.) et socio-culturel (reconnaissance du rôle de l'entrepreneur, présence de modèles entrepreneuriaux dans la société, valeurs culturelles, etc.). Mais, bien que ces institutions soutiennent l'initiative entrepreneuriale, elles n'éliminent pas l'incertitude et l'asymétrie de l'information. De plus, une fois l'opportunité identifiée, se pose la question de son exploitation. Pour Shane, les attributs individuels (psychologiques relatives aux motivations et non psychologiques en fonction de l'entrepreneur lui-même et de son parcours) influent sur la capacité de décision de

l'entrepreneur (Degeorge, 2015). Shane et Nicolaou (2008) vont même jusqu'à affirmer que la génétique joue aussi un rôle sur la capacité de décision de l'entrepreneur. Le processus de la création d'entreprise est semé d'obstacles, mais les entrepreneurs potentiels ne doivent pas se laisser impressionnés et dépasser nombre d'idées reçues en la matière, qui sont de plus fréquemment à la base des politiques publiques visant à soutenir l'entrepreneuriat, et ont une influence négative sur la création d'entreprise.

Moins attachés à l'entrepreneur qu'à la petite entreprise, Acs et Audrestch (1989) et Audretsch, et al (1994) mettent l'accent sur la capacité à innover de celles-ci, plus spécifiquement sur la création d'entreprises issues de la recherche scientifique. Décréter des opportunités est une chose, encore faut-il qu'elles deviennent des entreprises, point sur lequel Acs et Audretsch critiquent fortement l'école autrichienne. En partant du processus endogène de la production de la connaissance, Acs et Audretsch considèrent qu'il est réducteur de considérer l'innovation entrepreneuriale comme étant uniquement le résultat de la collecte d'informations, et endogénéisent ce mécanisme à partir du modèle de Romer (1986) dans lequel la connaissance est un facteur de production (le capital humain se substitue au facteur travail). Dans une économie toujours plus performante sur le plan scientifique et technique, des connaissances nouvelles circulent de façon continue. Elles sont produites par dans les centres de R&D des grandes entreprises, par des laboratoires universitaires ou autres. Ces « débordements de connaissances » ou sortes d'externalités de la connaissance ne vont pas d'emblée se transformer en innovations. La connaissance n'existe pas en l'absence de support matériel ou humain. Audrestch (1995) souligne le rôle de la connaissance tacite (Arrow, 1962), rappelant que la connaissance est incorporée dans les individus qui la détiennent. C'est donc bien par l'intermédiaire d'individus, porteurs de connaissances, donc des entrepreneurs, que ces dernières circulent et donnent naissance à des innovations. Acs et Audretsch renouent ainsi implicitement avec la définition de Say, qu'ils contextualisent en mettant l'accent sur les effets de proximité géographique et cognitive. L'innovation n'est donc pas seulement une affaire d'entrepreneurs, mais aussi de territoire dans lequel l'entrepreneur exerce son activité. Mais, en dépit des connaissances dont il est porteur, l'entrepreneur n'accède pas toujours facilement au financement. La seule issue pour contourner cette difficulté est d'activer son réseau de relations sociales.

2.2. Mobilisées grâce aux réseaux de relations sociales

Les réseaux de relations sociales sont construits par les individus pour créer de la visibilité et réduire l'incertitude du marché. Ce qui n'est pas sans conséquence sur la capacité de décision de l'entrepreneur, qui n'est pas rationnel au sens walrasien du terme. Dans *Recherches sur les méthodes des sciences sociales* (1883), Menger développe la théorie des ordres spontanés, qui le conduit à mettre l'accent sur l'acteur, mais aussi sur le temps, l'incertitude et l'ignorance, et ainsi à privilégier les situations de déséquilibre. La cause essentielle du progrès réside dans la croissance des connaissances scientifiques et techniques. Le processus qui conduit les agents économiques à prendre des décisions est relativement plus complexe que celui imaginé par Walras, en premier lieu parce que les informations dont disposent les agents économiques ne sont pas seulement subjectives, mais aussi beaucoup plus diffuses. Les connaissances sont mobilisables dans l'action, c'est-à-dire à travers les interactions individuelles. Menger souligne le rôle des réseaux sociaux dans la formation des opportunités d'affaires. D'où l'importance des processus d'apprentissage au cours duquel les agents acquièrent des connaissances, qui ont été découvertes par d'autres, et sur l'acquisition de connaissances par l'expérience. Tous les agents économiques ne sont pas forcément porteurs de changement, seuls un nombre restreint d'individus sont des « agents clairvoyants » (Menger, 1883).

Le marché est opaque. Hayek (1945, 1960) met l'accent sur l'éparpillement des informations. Selon la théorie de l'ignorance, les agents économiques ne connaissent pas les décisions prises par les autres agents. L'économie est dans une situation d'asymétrie de l'information. Le marché est la forme d'organisation de l'économie la plus efficace. Les informations sont en effet éparpillées entre un grand

nombre d'agents qui détiennent une partie d'information unique dont chacun peut faire un usage spécifique. Grâce au mécanisme des prix, les agents économiques acquièrent les informations nécessaires à la prise de décision. Pour Hayek, chaque individu a ainsi la capacité de choisir son destin et d'y affecter librement sa propre connaissance et son talent. Kirzner apporte les concepts de vigilance et d'apprentissage. L'entrepreneur a la capacité de percevoir les opportunités existantes jusqu'alors ignorées. Les décisions des entrepreneurs auront des conséquences sur le niveau des prix, qui vont à leur tour orienter les comportements d'autres entrepreneurs. Il en découle un processus d'apprentissage grâce à la découverte permettant de se rendre compte de ses erreurs. Apprendre pour un agent économique consiste donc à noter les opportunités qu'il avait négligées.

Le comportement de l'entrepreneur de l'école autrichienne est celui d'un stratège pour détecter les opportunités d'affaires. Tous les individus ne sont pas sur le même plan, ne disposent pas des mêmes ressources et ne sont pas égaux face au risque. Le risque (Knight (1921) contrairement à l'incertitude, est probabilisable, soit une situation dont on ignore tout et qui est précisément soutenue par l'entrepreneur. Il agit car il anticipe un gain certain ou parce qu'il assigne une probabilité à la possibilité d'un gain plus important. En dehors des limites de son anticipation, tout résultat lui paraît improbable, il va cependant chercher à réduire l'incertitude. L'entrepreneur doit donc construire des stratégies. Ce qui signifie, qu'il n'est pas, comme l'affirmait Walras, à la merci du marché. L'entrepreneur est doté d'une capacité de vigilance hors du commun (Kirzner, 1973). Il est capable de définir son propre futur, et d'établir une correspondance entre futur imaginé et réalisé. L'entrepreneur Kirznerien est une force coordinatrice entre l'information et de la connaissance, car il existe un décalage entre les opportunités d'échange disponibles dans la société et celles perçues par les agents économiques. Un seul agent économique ne peut concentrer toutes les informations. Les opportunités connues par les individus sont toujours inférieures à celles qui existent et qui sont exploitables. Les opportunités naissent donc d'une situation de déséquilibre, d'une imperfection du marché. Elles existent en tant que telles, mais n'apparaissent pas aux yeux de tous. Seuls quelques individus ont la capacité de les détecter.

Dans l'économie salariale actuelle, la décision de devenir entrepreneur est généralement appréhendée comme une alternative au travail salarié (Casson, 1982). L'entrepreneur arbitre entre les gains potentiels en tant qu'entrepreneur et ceux en tant que salarié. Mais, nombre de facteurs interviennent, notamment la maîtrise de l'information et le rôle de la famille. L'information englobe les opportunités de profit. La famille constitue une source notable d'informations potentielles. Mais la réussite est aussi limitée par la fortune familiale et par l'éventail des compétences familiales disponibles. Les relations informelles avec la famille, les amis, les partenaires commerciaux sont importants pour collecter des capitaux, des contrats avec des intermédiaires financiers. La collecte de l'information est difficile. En dehors de la famille, les clubs et les associations constituent les plus importantes institutions à but non lucratif grâce auxquels les individus peuvent nouer des contacts et collecter l'information nécessaire au démarrage de leur entreprise. Le niveau d'études de l'entrepreneur joue un rôle important. Les qualifications issues de la formation scolaire et professionnelle jouent un rôle très important pour passer outre les contraintes imposées par l'absence de fortune personnelle. L'entrepreneur doit être doté de qualités particulières : capacité de négociation, d'organisation, de gestion, de vente et d'innovation. Mais, des motivations négatives peuvent être à l'origine de son projet : le chômage, le refus de l'autorité, recherche d'une activité complémentaire à un emploi à temps partiel ou moyen d'exercer ses talents. Devenir entrepreneur, faute de trouver un emploi vacant n'est pas un choix positif. De même si l'on refuse d'être placé sous le contrôle d'un supérieur qui imposera une tâche indépendamment de ses propres aspirations. La seule motivation positive est la recherche de l'autonomie nécessaire pour exploiter ses talents. L'échec est patent si la décision de créer une entreprise est le résultat d'un choix négatif, d'impossibilité d'accéder au marché du travail ou parce que l'on refuse l'autorité d'un supérieur hiérarchique (Casson, 1982). Si l'individu agit alors en qualité d'« employeur en dernier recours » pour lui-même, il y a peu de chances pour qu'il réussisse car un individu qui considère qu'il est difficile de trouver un emploi dans une situation de

concurrence, ou de conserver un emploi une fois qu'il l'aura obtenu, n'aura vraisemblablement pas les qualités personnelles requises pour réussir dans les affaires. Un individu qui ne supporte pas d'être employé ne sera vraisemblablement pas capable d'employer d'autres personnes, limitant ainsi très rapidement les possibilités de croissance de son entreprise. Un individu qui souhaite travailler comme il l'entend ne fournira certainement pas aux clients la qualité de service qu'ils attendent, limitant les chances de survie de son entreprise. Un entrepreneur sans expérience de salarié sera sérieusement pénalisé. Pour réussir, il est souhaitable de commencer comme salarié pour apprendre d'entrepreneur en exercice, avant de s'y lancer, et mettre à profit l'expérience positive ou négative acquise dans l'entreprise de leur employeur. Le salariat peut être une espèce de tremplin vers l'entrepreneuriat. Pour parvenir à créer son entreprise, les exigences sont nombreuses : le capital (l'épargne personnelle), statut juridique de l'entreprise (société de capitaux, société de personnes) ? Quel est le niveau de qualification, l'expérience professionnelle de l'entrepreneur ? Sur quels réseaux de relations, personnelles, familiales et professionnelles, peut-il s'appuyer ? Le capital pose toujours problème. Il est difficile d'emprunter car les prêteurs potentiels ne partagent pas forcément l'enthousiasme ou les angoisses de l'entrepreneur. Pour contourner les obstacles, l'individu peut soit de prendre un emploi de cadre, soit d'épargner du capital en faisant un travail routinier avant d'entamer une carrière d'entrepreneur. Plus une économie compte d'entreprises nouvelles, plus elle est capable de se renouveler et par conséquent de se développer. Ce filtrage des nouvelles vocations s'effectue principalement par la qualification obtenue à l'université, dans les écoles de commerce ou les associations professionnelles. Pour trouver les capitaux nécessaires au démarrage de l'entreprise, l'entrepreneur peut avoir recours aux banques, mais ces dernières ne se montrent pas toujours très favorables au financement du projet entrepreneurial, d'où l'importance de la famille. Ensemble de liens sociaux de proximité (donc de confiance) la famille permet de capter des ressources. Elle est un substitut efficace de la banque. Elle se développe sur plusieurs générations. La plus ancienne génération peut ainsi financer la plus jeune. Les prêteurs engageront leurs capitaux avec confiance en raison de la bonne image de la famille. Nombre de nouveaux entrepreneurs créent aujourd'hui leur entreprise sans même solliciter une aide publique, souvent par ignorance, mais aussi parce que ces entrepreneurs des milieux modestes, qui constituent une bonne partie des nouveaux entrepreneurs, mobilisent les forces qu'ils connaissent, qu'ils maîtrisent. Si la famille fait défaut, l'autre solution consiste à travailler avec ardeur pour épargner.

Si les effets de proximité mis en évidence par Acs et Audrestch sont tout à fait pertinents pour expliquer la concentration d'activités économiques dans certaines régions, ils ne sont pas suffisants. L'analyse doit être affinée afin de prendre en considération les caractéristiques de chaque agent économique. Car, ceux-ci ne sont pas identiques. De plus, les activités économiques sont en effet souvent développées par des communautés d'individus, ce qui suppose des distinctions sociales et culturelles (Minniti, 2005) remettant en question l'existence le concept abstrait d'agent économique. Par ailleurs, l'entrepreneur agissant dans un environnement concurrentiel, ses choix sont forcément influencés par ceux d'autres individus. Tous ne sont pas détenteurs des mêmes informations, et n'ont donc pas la même perception du risque puisque celui-ci est lié au degré d'incertitude perçu par ces derniers. Mais, l'augmentation du nombre d'entrepreneurs favorise ces interactions, contribuant à intensifier l'activité entrepreneuriale (Bygrave, Minniti, 1999).

Les agents entretiennent des relations sociales de différentes natures, lesquelles vont influencer la réussite de leurs projets (Granovetter, 1973, 1985). L'existence de relations interpersonnelles fonde des relations de confiance entre les individus (proche de la sympathie de Smith), compte tenu du cadre institutionnel dans lequel sont insérés ces derniers. Lesquels peuvent aussi avoir un comportement opportuniste en participant par exemple exceptionnellement à un réseau donné pour attaquer les membres d'un autre réseau. Mais, l'existence de relations sociales entre les individus appartenant à une même communauté ne constitue pas la condition nécessaire à la création d'entreprises en général, ou d'entreprises pérennes plus précisément. Qu'il s'agisse de relations de solidarité qui inhibent le dynamisme économique ou parce que, au contraire, le comportement opportuniste des individus

empêche le développement de relations de confiance sur lesquelles doivent forcément reposer les relations entre les individus dans le cadre de relations d'affaire. L'action est toujours socialement située et ne peut être expliquée en faisant uniquement référence à des motifs individuels (Garnovetter, 1985). Un réseau social est composé de liens forts et faibles (Granovetter, 1973). La force d'un lien dépend de trois éléments : de la combinaison du temps passé ensemble, de l'intensité émotionnelle, et de l'intensité et la réciprocité des liens entre deux agents. Des liens forts sont par exemple des liens entre deux individus (deux amis) qui ont des relations soutenues et fréquentes. Les liens faibles au contraire se réduisent à de simples connaissances. Les liens faibles sont dits forts lorsqu'ils sont diversifiés et qu'ils permettent dans ces conditions de pénétrer d'autres réseaux sociaux par des liens faibles.

L'encastrement social de la transaction économique signifie que les interactions économiques s'entremêlent avec des interactions sociales (liens familiaux, amis, associations, etc.). Le lien social constitue donc un mécanisme plus efficace de coordination économique que les liens contractuels et vient pallier les déficiences du marché, d'où l'importance des relations de coopération et de confiance entre des individus appartenant à une même communauté. Mais, si les réseaux sociaux n'expliquent pas tout. Granovetter met en évidence les conditions d'efficacité des réseaux sociaux ethniques dans le cadre de la création d'entreprises. Il distingue les situations de solidarité forte (« économie normale ») et faible (« opportunisme »), une situation de solidarité limitée permet un couplage efficace entre l'activité économique et le réseau de solidarité sociale qui fait de ce dernier une ressource pour les membres du groupe. La mobilisation d'un réseau social permet de compenser les désavantages ou les difficultés d'individus mal situés socialement, comme les femmes ou les immigrés. L'engagement associatif de l'entrepreneur facilite l'accès aux ressources et a un impact positif sur les résultats de l'entreprise, plus encore pour les femmes que pour les hommes. Cet élément permet de mettre en lumière le rôle nodal des équipes entrepreneuriales dans la réussite de projets. Mais, ces équipes ne se forment pas dans le vide social. En règle générale, le créateur d'entreprise s'appuie d'abord sur son propre réseau pour réaliser son projet, avant de rechercher d'autres relations sociales à l'extérieur.

Aldrich et Kim (2007) proposent une analyse un peu différente des réseaux sociaux, ils distinguent trois types de réseaux sociaux plus ou moins structurés : les réseaux aléatoires dans lesquels toute personne a un accès quasi-illimité à toutes les autres autorisant une large sélection à grande échelle ; les réseaux « petit-monde » et les réseaux « sans échelle ». Seuls les deux derniers s'appliquent à l'entrepreneuriat. Pour les réseaux « petit-monde », les liens sociaux se construisent dans un environnement de proximité, par voisinage. Le réseau se constitue à partir d'un leader qui regroupe autour de lui des individus qui lui ressemblent. Pour les réseaux « sans échelle », les liens se constituent à partir de la formation de nœuds focaux, par exemple des centres de ressources vers lesquels les entrepreneurs convergent pour trouver des ressources. Mais, l'entrepreneur ne choisit pas selon son gré tel ou tel réseau, l'environnement économique y contribue largement.

Conclusion

L'activité entrepreneuriale ne peut être appréhendée en dehors du cadre social dont elle est issue. Le potentiel de ressources positionne l'entrepreneur innovateur dans la dynamique économique et sociale dans laquelle il est inséré. A l'image du capital social, le potentiel de ressources est un capital qui peut être accumulé et valorisé par l'agent économique qui le détient. Il est le produit de stratégies sociales conscientes et inconscientes des individus. Dans une économie incertaine où le marché n'apporte pas toute l'information nécessaire à la décision entrepreneuriale, les individus construisent des réseaux de relations sociales et construisent des stratégies, développant un comportement de joueur. Bourdieu réduit le capital social à un réseau de relations sociales soutenu par le capital économique, culturel et symbolique de l'individu, tandis que le potentiel de ressources se présente d'emblée comme un système de ressources, incluant les ressources financières (ce que Bourdieu nomme le capital économique) et les ressources en connaissances (ce que Bourdieu nomme le capital culturel et

symbolique). Mais, le capital humain développé par les économistes met clairement l'accent sur le fait que les individus sont détenteurs de connaissances scientifiques, techniques, commerciales, administratives... qu'ils sont amenés à valoriser. Le potentiel de ressources induit une dimension systémique entre les trois types de ressources qui le composent. L'individu est inséré dans un rapport de forces dans lequel participent d'autres agents sociaux qui ont également développé une stratégie en la matière. A l'instar de Kirzner (1973), l'entrepreneur innovateur apprend de ses échecs, comme de ses succès, il construit et déconstruit sa stratégie d'action en conséquence, à la fois en tant qu'acteurs et agis d'un système socio-économique reposant sur la « destruction créatrice » (Schumpeter, 1942) ou « construction créative » (Audrestsch et al., 2006), car l'entrepreneur, innovateur ou pas, n'est-il pas le « jack-of-all-trades », l'homme à tout faire du capitalisme (Lazear, 2005) ?

Références

- ACS Z. J., AUDRETSCH D. B., Entrepreneurial Strategy and the Presence of Small Firms, *Small Business Economics*, N°1, 193-213, 1989.
- ACS Z. J., AUDRETSCH D. B., FELDMAN M. P., R&D Spillovers and Recipient Firm Size, *Review of Economics and Statistics*, 76 (2), Mai, 336-340, 1994.
- AUDRETSCH D.-B., KEILBACH M.-C., LEHMANN E.-E., *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford University Press, 2006.
- ALDRICH H. E., *An Evolutionary Approach to Entrepreneurship. Selected Essays by Howard E. Aldrich*, Edward Elgar, 2011.
- ALDRICH H. E., KIM P., Small worlds, infinite possibilities? How social networks affect entrepreneurial team formation and search, *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1), 147-165, 2007.
- ALDRICH H. E., MARTINEZ M. A., Entrepreneurship as a social construction: A multilevel Evolutionary Approach, in Acs Z. J., Audrestsch D. B. (eds), *Handbook of Entrepreneurship Research. An interdisciplinary Survey and Introduction*, Springer, 387-427, 2010.
- ANDO, A., MODIGLIANI, F., The Life-Cycle Hypothesis of Savings: Aggregate Implications and Tests, *American Economic Review*, 53(1), 55-84, 1963.
- ARROW K., Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, in *The Rate and Direction of Inventive Activity*, Princeton University Press, 609-626, 1962.
- AUDRETSCH D. B., L'émergence de l'économie entrepreneuriale, *Reflets et perspectives de la vie économique*, tome XLV, 1, 43-70, 2006.
- AUDRETSCH D. B., *Innovation and Industry Evolution*, MIT Press, 1995.
- BAUMOL W., Entrepreneurship in economic theory, *American Economic Review*, 58 (2), 64-71, 1968.
- BAUMOL W., Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive, *Journal of Political Economy*, 98 (5), 893-921, 1990.
- BECKER G., A Theory of Allocation of Time, *The Economic Journal*, 299, 493-517, 1965.
- BOURDIEU, P., Le capital social. Notes provisoires, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 31 (1), 2-3, 1980.
- BOUTILLIER S., Théories économiques de l'entrepreneur innovant, in RRI, dir, *Principes d'économie de l'innovation*, Peter Lang, 101-114, 2014.
- BOUTILLIER S., Social Capital of the Entrepreneur, in *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*, London, Springer, 1665-1671, 2013.
- BOUTILLIER S., TIRAN A., La théorie de l'entrepreneur, son évolution et sa contextualisation, *Innovations*, 50, 211-234, 2016.
- BOUTILLIER S., UZUNIDIS D., *L'entrepreneur*, ISTE, 2016.
- BYGRAVE W., MINNITI M., *The Microfoundations of Entrepreneurship*, Baylor University, 1999.
- CASSON M., *Entrepreneur*, Basil Blackwell, 1982/1991.

- DEGEORGE J.-M., Scott Shane. Une (re)definition du champ de l'entrepreneuriat comme domaine de recherche, in MESSEGHEM K., TORRES O., dir, *Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME*, Editions EMS, 290-309, 2015.
- FRIEDMANN M., *Theory of the Consumption Function*, Princeton University Press, 1957.
- GALBRAITH J. K., *Le nouvel Etat industriel*, Gallimard, 1968/1967.
- GRANOVETTER M., Economic Action and Social structures. The problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology*, 91 (3), 481-510, 1985.
- HAYEK F. A., *La constitution de la liberté*, Litec, 1960.
- HAYEK F. A., L'utilisation de l'information dans la société, *Revue française d'économie*, vol. 1-2, 117-140, 1945.
- KIRZNER I., *Concurrence et esprit d'entreprise*, *Economica*, 2005/1973.
- KNIGHT F., *Risk, Uncertainty and profit*, Houghton-Mifflin, 1921.
- LAZEAR E. P., Entrepreneurship, *Journal of Labor Economics*, 23(4), 2005.
- http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ521/orazem/Papers/Lazear_entrepreneurship.pdf
- MENGER C., *Recherches sur la méthode dans les sciences sociales et en économie politique en particulier*, Paris, Editions de l'EHESS, 2011/1883.
- MINNITI M., Entrepreneurship and network externalities, *Journal of Economics behavior & Organization*, 57, 1-27, 2004.
- MISES von L., *L'action humaine. Traité d'économie*, Institut Coppet, 1949.
- NICOLAOU N., SHANE S., Can genetic factors influence the likelihood of engaging in entrepreneurial activity, *The Journal of Business Venturing*, 24, 1-22, 2009.
- PACITTO J.-C., William J. Baumol, in MESSEGHEM K., TORRES O., dir, *Les grands auteurs en entrepreneuriat et PME*, Editions EMS, 108-122, 2015.
- SAY J.-B., *Traité d'économie politique*, *Economica*, 2006/1803.
- SCHULTZ T., Investment in Human Capital, *The American Economic Review*, 51(1), 1-17, 1961.
- SCHUMPETER J. A., *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, 1935/1911.
- SCHUMPETER J. A., *Capitalisme, Socialisme et Démocratie*, Payot, 1979/1942.
- SHANE S., *A General theory of Entrepreneurship. The Individual-Opportunity Nexus*, Edward Elgar, 2003.
- SIMON H., *Models of Man, Social Rational*, London, John Wiley and Sons, 1957.
- SMITH A., *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*, PUF, 1995/1776.
- SMITH A., 2011/1759, *Théorie des sentiments moraux*, PUF.
- WALRAS L., *Mélanges d'économie politique et sociale*, *Economica*, 1987/1894.
- WALRAS L., *Eléments d'économie politique pure*, *Economica*, 1988/1874.
- WALRAS L., *Etudes d'économie sociale*, *Economica*, 1990/1896.
- WALRAS L., *Etudes d'économie politique appliquée*, *Economica*, 1992/1898.
- WANSCOOR E., Economie de l'entreprise : mais où est donc passé l'entrepreneur ? Un bilan critique des développements récents de la théorie de la firme, *Revue Française d'Economie*, 3, 81-110, 1995.