



HAL
open science

Introduction

Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio

► **To cite this version:**

Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio. Introduction. Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio. Dictionnaire sociologique de l'entrepreneuriat, Presses de Sciences Po, pp.11-31, 2014, Références, 978-2-7246-1640-8. halshs-01387650

HAL Id: halshs-01387650

<https://shs.hal.science/halshs-01387650>

Submitted on 25 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.

Introduction

Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio

Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio 2014, « Introduction », in Pierre-Marie Chauvin, Michel Grossetti, Pierre-Paul Zalio, *Lexique sociologique de l'entrepreneuriat*, Paris, Les Presses de SciencePo, pp.11-31.

Ce dictionnaire propose au lecteur – chercheur, étudiant, spécialiste ou non – des outils de connaissance et des pistes d'analyse sociologique pour décrypter une figure incontournable des mondes de l'économie et du travail : l'entrepreneur¹. La notion ne va pas de soi et c'est la première raison d'être de cet ouvrage, alors même que ce mot est utilisé quotidiennement, dans de nombreux dispositifs publics (aide à la création d'entreprise par exemple) comme dans d'innombrables débats tant publics que savants. Le mot sert le plus souvent à évoquer soit un type d'acteur économique (**créateurs d'entreprise**², **capitaines d'industrie**, **patrons du CAC 40**, innovateurs, chefs d'entreprise ou plus simplement **travailleurs indépendants**), soit une référence pour penser le travail ou certains objectifs des politiques économique et d'emploi. Afin d'éviter de rechercher une substance introuvable, nous définirons provisoirement l'« entrepreneur » comme un acteur social se livrant à une activité entrepreneuriale, c'est-à-dire à une activité orientée par rapport à une logique d'action particulière que l'on qualifiera d'entrepreneuriale. De quoi « entrepreneur », ou plutôt « entrepreneurial », est-il le nom ? L'ambition des trente-deux entrées de ce dictionnaire est précisément de fournir des clés conceptuelles et des exemples pour décrire et comprendre cette « logique d'action entrepreneuriale » et ainsi mieux appréhender ses produits et ses contextes de réalisation.

L'intérêt pour la figure de l'entrepreneur et son actualité

1. Cet ouvrage résulte d'un programme de recherche collectif intitulé « Appuis sociaux de l'entrepreneuriat » dans le cadre du programme de l'ANR « Entreprises et formes d'organisation économique » (2008-2012).

2. En caractères gras, les termes faisant l'objet d'une entrée.

Le mot « entrepreneur » est de plus en plus utilisé, notamment en France, dans un contexte plus général de profondes évolutions des économies capitalistes. Trois grandes dynamiques historiques peuvent être évoquées pour expliquer l'importance croissante accordée à cette catégorie.

La première évolution concerne les représentations et les institutions du travail. Les sciences sociales, notamment l'économie et la sociologie, portent à ces enjeux – souvent thématiques – comme une recomposition du modèle salarial – une grande attention (Supiot *et al.*, 1999 ; Castel, 1995 [2000] ; Didry et Brouté, 2006). La représentation de la société française a, en effet, longtemps été conçue sous la forme d'une évolution tendancielle vers le salariat. Cet horizon était attesté par la part toujours décroissante du travail indépendant : entre 1970 et 2000, cette dernière passe de 20 % à 10 % de la population active. Depuis lors, dans un contexte de chômage de masse persistant, on a pu mettre en avant une tendance inverse où le recours au travail indépendant se présente comme une alternative au salariat, voire comme une solution individuelle et politique au problème du chômage (Tellier, 2008). À cette occasion, les sociologues se sont intéressés à des formes de marché du travail favorisant des carrières nomades qui alternent indépendances et salariat (Arthur et Rousseau, 1996). Ils ont également étudié la multiplication des formes atypiques de statut d'activité en les considérant tantôt comme l'observatoire d'expérimentations de statuts hybrides adaptés à certains types d'activité modelée par l'**incertitude** (typiquement le travail artistique) (Menger, 2003 et 2009), tantôt comme le symptôme de nouvelles justifications du capitalisme (Boltanski et Chiapello, 1999), tantôt sous l'angle d'une sociologie critique d'une idéologie ou de politiques libérales de promotion de l'auto-emploi (Darbus, 2008). Ces « expérimentations » prennent place dans un contexte particulièrement incertain où les alternances entre période de salariat, de chômage, de création d'entreprise permettent à des « **chômeurs créateurs** » de construire un parcours en « jonglant » avec les différents dispositifs (voir **Entrepreneurs pluriactifs**). L'« auto-entrepreneuriat » constitue un dispositif censé permettre de lutter contre le chômage, qui s'inscrit dans cette tendance à l'hybridation des statuts d'activité et à la valorisation de l'individu comme « entrepreneur de soi » (voir **Auto-entrepreneurs** et **Singularisation**).

La seconde grande mutation ayant conduit à user du mot entrepreneur repose sur la restructuration des appareils industriels et les « révolutions » technologiques connues par les milieux productifs. Les sciences sociales ont alors souvent parlé d'entrepreneurs pour caractériser les acteurs à l'origine de ces changements. Acteurs individuels ou collectifs, ces

entrepreneurs reliés par différentes formes de **réseaux sociaux**, voire réunis en « communautés d'affaires³ », constituent des entrées souvent empruntées pour étudier la diversité des mondes de production : les districts industriels et les systèmes productifs locaux (Piore et Sabel, 1984 ; Sabel et Zeitlin, 1997) – la Silicon Valley (Saxenian, 1994) et la « Troisième Italie » (Bagnasco et Triglia, 1993) en sont des modèles –, les réseaux d'entreprises, les milieux innovateurs (Aydalot, 1986), le **commerce et la distribution**, etc. L'association fréquente de la notion d'entrepreneur avec des secteurs technologiques « innovants » ne doit pourtant pas inciter à se focaliser sur les start-up de l'économie numérique, des nanotechnologies ou encore de la « transition énergétique ». D'une part, parce que la définition de ce qu'est un secteur « innovant » est loin d'être évidente, y compris dans les grandes enquêtes de l'INSEE⁴, qui reviennent assez peu sur la nature conventionnelle des frontières de **l'innovation**. D'autre part, car comme nous le montrerons à travers la variété empirique des types d'entrepreneurs abordés dans ce dictionnaire, il semble fructueux d'élargir la focale sur les entrepreneurs au-delà des seules activités à haute densité technologique.

La troisième grande dynamique historique résulte, dans les entreprises et les organisations, de la valorisation par de nouvelles méthodes de management de formes d'autonomie des salariés, souvent sanctionnée par une individualisation croissante des contrats de travail et des rémunérations (Bessy, 2007). Le comportement de certains salariés est ainsi décrit comme

3. Mark Granovetter définit ainsi les communautés d'affaires comme des « ensembles d'entreprises séparées juridiquement mais liées de façon durable à travers des modes formels et/ou informels » (Smelser et Swedberg, 2005, p. 429).

4. L'INSEE propose une étude quantitative des créations d'entreprises en France, renouvelée tous les quatre ans, sous le nom d'« enquête SINE » (« Système d'information sur les nouvelles entreprises »). Ce dispositif a comme objectif de suivre pendant cinq ans les entreprises nées au cours du premier semestre d'une année par le biais de trois interrogations par voie postale, et s'appuie en général sur des échantillons de 35 000 à 45 000 entreprises. Dans ces enquêtes, le périmètre des secteurs « innovants » s'inspire d'un ensemble de travaux économiques réalisés au sein de l'INSEE, de la DGE et de l'OCDE. Il inclut les secteurs liés aux technologies de l'information et de la communication (TIC), aux produits pharmaceutiques, aux biotechnologies et aux nouveaux matériaux. Comme le notent différentes publications de l'INSEE, la nature innovante des entreprises est mesurée à partir d'« un degré significatif d'innovation technologique tel que mesuré par leurs dépôts de brevets répartis par domaine technologique [...]. Ces secteurs, dit innovants, sont définis à partir des activités exercées par l'entreprise, en conséquence, certaines entreprises de ces secteurs peuvent ne pas être innovantes, et d'autres, hors de ces secteurs, peuvent l'être ». Pour une présentation plus détaillée de ces enquêtes, voir **Créateurs et création d'entreprise**.

entrepreneurial dans les travaux consacrés aux « intrapreneurs » (*internal entrepreneurs*), cherchant à étayer le lien entre les performances des entreprises et la présence d'« intrapreneuriat » en leur sein. Si cette littérature apparue au cours des années 1980 est très marquée par le contexte nord-américain (Souder, 2007 ; Pinchot, 1985 ; Rule et Irwin, 1988), des analyses « interculturelles » de l'intrapreneuriat ont récemment été proposées à partir d'une comparaison internationale (Antoncic et Hisrich, 2001), mais toujours dans une visée normative cherchant à montrer ses effets bénéfiques pour les organisations. Ces phénomènes, abordés dans une perspective sociologique plus critique, peuvent être interprétés comme une transformation progressive des régulations collectives en modes de régulations individuelles, où les individus, rendus responsables de leurs (défauts d')« employabilités », sont incités à être les entrepreneurs de leurs propres carrières (Mauger, 2001). Les individus renvoyés à eux-mêmes et à leurs présumées « capacités entrepreneuriales », et une société qui cherche à se « moderniser » autour d'un discours normatif sur « l'esprit d'entreprise », constituent les deux faces complémentaires d'une « entrepreneurialisation » du monde contemporain qu'il s'agit ici d'interroger.

Ce dictionnaire propose des éclairages empiriques et théoriques sur tous ces usages et figures d'entrepreneurs, en essayant de ne pas adopter uniquement un regard externe sur ces phénomènes et d'ouvrir ainsi la « boîte noire » des processus entrepreneuriaux, dans leur diversité, leurs récurrences et leurs singularités.

Une sociologie qui ne va pas de soi

Quand elles envisagent de mobiliser cette notion, les sciences sociales, et singulièrement la sociologie, sont confrontées à deux difficultés liminaires.

La première tient au fait que la notion n'est en elle-même adossée à aucun monde social particulier : il n'existe pas *un* milieu professionnel homogène et interconnecté regroupant l'ensemble des « entrepreneurs ». L'existence d'organisations (Fédération des entreprises et entrepreneurs de France, France Entrepreneurs, Fédération des auto-entrepreneurs, etc.), d'associations (Les journées de l'entrepreneur, Femmes entrepreneurs, le Cercle des jeunes entrepreneurs, etc.) et d'événements (Conférences annuelles des entrepreneurs, Salons des entrepreneurs, Salon des micro-entreprises, Planète PME, etc.) autour des « entrepreneurs »

témoignent de tentatives affirmées et répétées de certains acteurs, publics comme privés, afin de structurer ce vaste monde économique. Malgré ces initiatives, le champ reste très hétérogène et ne constitue pas un « monde social » doté d'une identité collective forte et partagée. Cela explique que cette figure ait été appréhendée de diverses manières par la sociologie, et souvent de manière indirecte, gravitant autour d'un objet difficilement saisissable, à travers l'étude du patronat, celle de l'entreprise et de son organisation, mais aussi à travers l'analyse des processus d'**innovation** (avec les questions de **propriété industrielle** ou la figure de l'**inventeur entrepreneur**) ou encore des travailleurs indépendants (Zalio, 2004). Ce dictionnaire ne fait pas exception : on y traite de grands patrons du CAC 40, de créations d'entreprises innovantes, mais aussi de salariés ayant, au sein de grandes organisations, des activités entrepreneuriales, ou encore d'indépendants à la tête de micro-entreprises. Cette première difficulté explique la réticence de certains sociologues à user d'une catégorie ne renvoyant pas à un groupe professionnel ou à un milieu social identifié.

La seconde difficulté tient à l'association de cette notion à un cadre d'analyse individualiste, développé, entre autres, par une partie des sciences de gestion, qui met au centre de son analyse l'étude des dispositions individuelles à entreprendre et celle des conditions qui les favorisent. Ce cadre d'analyse conduit à considérer l'entrepreneur comme un acteur économique doté de qualités particulières, et, par extension, les entrepreneurs comme une catégorie collective unifiée autour de traits typiques exceptionnels. Dans les versions les plus naturalistes, ces approches cherchent à identifier les « gènes » propices aux comportements entrepreneuriaux, minimisant les facteurs qualifiés d'« environnementaux ». Selon les travaux réalisés par Scott Shane et ses collaborateurs (Shane, 2003 ; Nicolaou *et al.*, 2008 ; Nicolaou et Shane, 2009), des gènes hérités et favorisant certaines caractéristiques psychologiques, comme l'ouverture aux nouvelles expériences, l'indépendance d'esprit, et un caractère extraverti, permettraient ainsi le développement de comportements proactifs, innovants et « entrepreneuriaux », éventuellement médiatisées par des variables comme le « genre » (Zhang *et al.*, 2009). Ces recherches ont pris le parti de mesurer les facteurs (hérités ou environnementaux) favorables au développement de traits « entrepreneuriaux ». Parmi les multiples problèmes soulevés par ces études, outre les questions épistémologiques soulevées par le statut explicatif de ces prétendus « facteurs » et par la définition très contestable de ce que l'on entend ici par « entrepreneurial » (à savoir des caractéristiques psychologiques et des comportements aisément identifiables, sans que la question de « l'entreprise » créée et de son

organisation ne soit posée), ces travaux soulèvent également des enjeux éthiques et politiques particulièrement sensibles.

Cependant, dans les travaux gestionnaires à dominante « individualiste », l'entrepreneur n'est pas nécessairement décrit comme le détenteur de qualités psychologiques singulières (audace, sens des affaires, goût pour le risque, imagination et créativité, etc.). Il est aussi un acteur parvenant à construire un *enchaînement* d'actions économiques pertinentes. De façon schématique, cet enchaînement comporte trois séquences typiques : il découvre avant les autres une opportunité, il parvient à l'exploiter (notamment en accédant aux ressources nécessaires et en attachant à son projet les facteurs de production dont il a besoin) et il est capable de valoriser un produit par sa mise en marché (Shane et Venkataraman, 2000). Ce cadre d'analyse a appelé des études nombreuses, y compris économétriques, sur les conditions sociales, culturelles ou institutionnelles, favorisant chez les individus le développement de telles capacités.

Ces travaux ont également fait l'objet de nombreuses critiques, y compris au sein des sciences de gestion⁵. Les sociologues qui étudient des acteurs sociaux en les qualifiant d'entrepreneurs y sont donc confrontés. Si l'on ne trouve pas de sociologue cherchant les qualités entrepreneuriales dans les gènes, certains peuvent chercher à donner une consistance sociale à ce cadre d'analyse, par exemple en étudiant les contextes ou les situations permettant aux individus de se comporter comme d'habiles détecteurs de situations exploitant des écarts de prix et des opportunités marchandes. D'autres écartent d'emblée un tel cadre pour proposer, sur les activités entrepreneuriales, des perspectives plus spécifiquement sociologiques. Le dictionnaire donne des exemples de ces deux démarches.

Une notion sociologique déjà ancienne

En dépit de ces deux difficultés, l'histoire des usages de cette notion d'entrepreneur est déjà ancienne dans les sciences sociales (Swedberg, 2000). Dans *l'Ethique protestante et l'esprit du capitalisme*, Max Weber fait de « l'entrepreneur nouveau style » l'idéal-type d'un capitaliste innovateur qui s'impose progressivement à partir du XVII^e siècle avec des

5. Voir, pour une présentation critique : Gartner (1989).

dispositions spécifiques : force de caractère, sang-froid, ascétisme, dynamisme, capacité à diriger les ouvriers et à séduire les clients, à rompre avec les traditions et à contrebalancer les effets néfastes des bureaucraties que tendent à devenir les grandes entreprises (Weber, 2003 [1904], p. 50 et 436). C'est la figure de l'entrepreneur capitaliste moderne (voir **L'entrepreneur chez Max Weber**). Sur ces prémisses, Schumpeter théorise la figure de l'entrepreneur comme industriel innovateur, celui qui modifie la combinaison des actifs pour produire ou mettre en marché des produits (Schumpeter, 1911).

Mais le mot entrepreneur a également été utilisé par les sociologues sur des terrains très éloignés des entreprises capitalistes. L'extension et la multiplicité des usages du terme sont considérables. Les mondes économiques, mais aussi culturels, sociaux, politiques, sont de plus en plus pensés à partir de figures entrepreneuriales, permettant généralement de rendre compte de changements ou de dynamiques extrêmement variées. Un ouvrage à part entière serait nécessaire pour étudier les facteurs expliquant cette profusion d'usages et comparer leurs sens et leur pertinence respectifs. Nous nous bornons dans cette introduction à en recenser quelques usages importants pour les sciences sociales, au-delà des seuls mondes économiques. Howard Becker occupe une place de choix dans ce paysage des utilisations détournées du terme « entrepreneur » avec son analyse du rôle des « entrepreneurs de morale », en l'occurrence des « ligues de vertu » prônant la prohibition du cannabis (Becker, 1963). Depuis lors, la notion a été étendue à différents types d'acteurs impliqués dans la définition des problèmes publics ou dans l'organisation de mobilisations collectives. Ceci explique son usage fréquent et diversifié par la science politique pour désigner diverses formes d'entrepreneuriat politique : « entrepreneurs politiques » (Wagner, 1996 ; Schneider et Teske, 1992), « entrepreneurs de politiques publiques » (Bergeron, Castel et Nouguez, 2011), « entrepreneurs de causes » ou de protestation (McCarthy et Zald, 1977), etc. La notion a également été mobilisée pour penser le rôle d'acteurs dans la construction de valeurs symboliques et cognitives, comme les « entrepreneurs de mémoires » (Pollak, 1993) ou encore les « entrepreneurs de réputation » (Fine, 1996 ; Chauvin, 2010). Les sociologues des sciences ont également mis au jour l'activité des entrepreneurs « scientifiques » ou « académiques » (Seashore *et al.*, 1989), notamment à propos des responsables de laboratoire pris dans un travail de mobilisation des ressources et de crédibilisation de leurs résultats (Callon, 1989 ; Shapin, 2008). Dans l'univers professionnel, étudiant la différenciation des carrières des cadres d'une grande organisation, Ronald Burt qualifie d'entrepreneurs les salariés qui, au sein du réseau de relations que constitue l'entreprise, sélectionnent leurs

relations de manière à s'entourer de « trous » (espaces séparant des relations non redondantes). Ce travail de positionnement relationnel leur permet d'accéder aux informations dont ils ont besoin sans passer par la hiérarchie, s'arrogeant ainsi un pouvoir de contrôle sur l'entreprise (Burt, 1995). Au-delà du contexte de l'enquête de Burt, le mot entrepreneur a clairement ici une portée sociologique générale. En-dehors de la sphère des professionnels et du côté « offre » des marchés, la figure entrepreneuriale a même été convoquée pour analyser les phénomènes de consommation, par exemple à travers l'expression de « consommateur entrepreneur » proposée par Robert Rochefort à la fin des années 1990 (Rochefort, 1997) pour qualifier un nouvel « imaginaire de la consommation » fondé sur une remise en question des frontières traditionnelles (travail/loisir, monde professionnel/monde privé, salariat/indépendant, production/consommation, etc.).

Si cette multiplicité d'usages de la notion, souvent spécifiée par un domaine d'activité (moral, culturel, politique, etc.), signale qu'un phénomène important se déploie dans les mondes contemporains à travers la production, la diffusion et la diversification des figures entrepreneuriales, cette profusion risque également de donner un caractère trop extensif à la notion. C'est l'une des grandes difficultés suscitées par les concepts à succès : le sens se dilue à mesure que le mot se diffuse et se « pluralise ». Faut-il considérer le terme comme une clef analytique universelle permettant de penser les grandes mutations économiques, politiques et sociales ? Ou alors choisir de s'en débarrasser pour essayer de proposer des concepts échappant à l'aporie du « mot-valise » ? Nous pensons que ces difficultés peuvent être résolues, d'une part, en restreignant la focale au domaine économique (rien n'empêchant par la suite d'essayer de transposer le cadre analytique à d'autres domaines) ; d'autre part, en déplaçant le regard traditionnellement porté sur l'entrepreneur comme *figure individuelle* vers les *activités* entrepreneuriales et leurs logiques sociales. En quoi consiste donc ce déplacement et qu'appelle-t-on ici « activités entrepreneuriales » ? S'agit-il de se débarrasser du problème de « l'entrepreneur » pour le retrouver, de façon plus indirecte, dans une expression plus obscure et moins évidente pour le sens commun (« activités entrepreneuriales ») ? Un travail d'explicitation s'impose ici pour comprendre pourquoi c'est moins *l'entrepreneur* comme individu qui intéresse la sociologie que *les activités entrepreneuriales* déployées par des individus et/ou des organisations. Ainsi comprendra-on le principal parti-pris théorique adopté dans cet ouvrage.

Envisager l'activité entrepreneuriale...

La notion d'activité entrepreneuriale peut être rattachée à deux conceptions différentes, l'une « macrosociale » et historique, l'autre « microsociale » et analytique. Dans la première, il s'agit des activités liées à l'entreprise comme organisation, elle-même liée à l'économie marchande et au capitalisme. Elle apparaît comme historiquement construite et située, comme le montrait déjà Max Weber au début de XX^e siècle dans son analyse du processus de rationalisation du monde moderne, et comme l'ont ensuite étayé bien d'autres analyses historiques du capitalisme. Cette première acception se retrouve aussi dans recherches mettant l'accent sur la tendance à l'individuation des activités de travail et donc à « l'entrepreneurialisation » du travail salarié. Dans une seconde conception, *l'activité entrepreneuriale est plutôt une logique d'action générique*, qui peut se retrouver dans toutes les pratiques sociales, dès lors qu'elles engagent un projet de transformation de l'existant au-delà de l'action en cours et impliquent à la fois une attitude réflexive et une prise de risque. Cette dernière conception est conforme au sens ancien, en français, des mots « entreprise » et « entreprendre » (Vérin, 2012 [1982])⁶. Le présent ouvrage oscille, d'une notice l'autre, entre ces deux conceptions. Elles sont compatibles si on envisage l'activité entrepreneuriale comme l'association dynamique (sous forme de processus de singularisation) d'une logique d'action générique (la logique entrepreneuriale), et d'un contexte, constitué de ressources⁷ ou d'appuis, spécifique d'une période donnée et d'une position (d'une situation) dans le monde social. L'entrepreneur capitaliste, le créateur d'entreprise, le dirigeant de firme, le patron (petit ou grand) sont des figures associées à l'entrepreneuriat. Ils n'en représentent pas la totalité ni n'épuisent pas leurs actions la totalité des activités entrepreneuriales observables.

... comme une logique d'action...

6. Bert Hoselitz notait : « *the word "entrepreneur" comes from the French word "entreprendre", which means "to do something", and it was originally used in the Middle Ages in the sense of "a person who is active, who gets things done"* » (Swedberg, 2000, p. 11). Patrick Gili signale par exemple que le projet de Charles VIII de conquérir le royaume de Naples pour préparer la croisade contre les Turcs est alors désigné à la cour comme « l'entreprise » (Gili, 2009).

7. Dans ce qui suit, ce qui sera désigné comme ressource peut aussi devenir contrainte, enjeux, ou ressource de coordination selon la façon dont les acteurs interagissent.

Etudier l'activité entrepreneuriale comme une logique d'action conduit à prendre au sérieux les usages métaphoriques de la notion d'entrepreneur que nous avons cités ci-dessus (entrepreneur de morale, de réputation, scientifique, etc.) et à considérer le sens générique du mot « entreprise ». Dans une telle perspective, l'activité entrepreneuriale ne se réduit pas aux activités de l'entreprise capitaliste dans sa version des deux derniers siècles. La définition de ce type d'activité doit pouvoir rendre compte de situations aussi diverses que Jules César entreprenant de conquérir les Gaules, de Thomas entreprenant de séduire Julie (Thomas est un garçon *entreprenant*), des historiens Lucien Febvre et Marc Bloch lançant l'entreprise de la revue *Annales*, et ainsi de suite. Quoi de commun entre toutes ces situations, et avec les situations que nous associons plus spontanément à l'entrepreneuriat comme la création d'entreprise par exemple ? Une logique d'action que nous appellerons logique entrepreneuriale. Par logique d'action nous désignons ici un ensemble d'activités (qui ne sont pas nécessairement des actions, si l'on donne à ce terme le sens le plus contraignant impliquant une intentionnalité) liées entre elles par des éléments communs. Cette notion se situe sur le même registre que les rationalités de l'action de Max Weber, les « bonnes raisons » de Raymond Boudon (1984, p. 37) ou les « régimes d'action » de Laurent Thévenot (2006), pour se référer à quelques-unes des théories de l'action dont dispose la sociologie. Elle se veut simplement plus ouverte que ces autres notions (sans leur être contradictoire) en ce qu'elle ne postule pas l'existence d'un nombre limité de types auxquels on pourrait rattacher toutes les activités sociales⁸.

Que peuvent être ces éléments communs dans le cas de la logique entrepreneuriale ? Tout d'abord, cette logique suppose une forme de *projection vers un avenir* qui n'est pas le résultat immédiat de l'action en cours, mais une configuration souhaitée d'acteurs et de ressources, un état du monde devant résulter d'un processus enchaînant des séquences d'actions ou interactions. Cet état du monde souhaité ne prend pas nécessairement la forme d'un plan, d'un projet ou d'un scénario ; il ne s'apparente pas nécessairement à la recherche d'un profit. Il peut rester relativement vague et non explicité. Il peut évidemment se modifier au fil des séquences d'action, selon une rationalité procédurale. Il peut aussi donner lieu à des formalisations ou à des explicitations (plan stratégique, **business plans**, projets, etc.). Ensuite,

8. Voir, sur ce point, la discussion par l'un d'entre nous de la typologie des régimes d'engagement de Laurent Thévenot : Grossetti (2011).

parce qu'elle est associée à un enchaînement de séquences d'action impliquant des formes d'imprévisibilité, la logique entrepreneuriale implique nécessairement un rapport à l'incertitude, à la prévision et au risque. Chaque séquence d'action est plus ou moins ouverte et présente des formes spécifiques d'imprévisibilité. Dans certains cas, on se rapproche d'une logique binaire (succès ou disparition), alors que dans d'autres cas, les issues possibles sont plus variées et plus ou moins réversibles. Pour reprendre un terme de l'un des fondateurs de la nouvelle sociologie économique américaine, Harrison White (2011), l'« ambage » des situations (l'incertitude sur les rapports sociaux, les positions, l'état du monde social) est variable. Le degré de formalisation du projet par les participants constitue un second type d'incertitude et peut être considérée comme ce que White nomme « l'ambiguïté » (l'incertitude sur les significations). Ces deux types d'incertitude peuvent prendre des formes variables, selon les configurations des situations et le type d'engagement des acteurs. Puisqu'il s'agit de faire advenir un état du monde différent, la logique entrepreneuriale implique aussi *une forme de recherche de contrôle sur le monde*.

Enfin, en tant que processus potentiellement constitué d'une série de séquences, la logique entrepreneuriale comporte nécessairement une dimension narrative en un double sens. D'abord, au sens du positivisme narratif d'Abbott (2001), parce que l'on peut considérer que les séquences successives s'influencent les unes les autres et sont hétérogènes dans leur degré d'incertitude et dans leurs conséquences. Ensuite, au sens de Ricœur, puisque les participants élaborent une intrigue nouant les temps (le passé et le futur) et les espaces (l'amont et l'aval des transactions), l'intrigue se recomposant au fil des séquences. Cette intrigue peut prendre une forme quantifiée (le chiffre d'affaires attendu année après année) exerçant des contraintes sur les actions menées : la « mise en compte » prend alors le pas sur la mise en intrigue ou s'y ajoute (Giraudeau, 2007). La modification de l'intrigue peut notamment concerner la hiérarchisation des différents constituants du projet : tel élément secondaire dans une formulation devient central dans une autre.

La projection vers l'avenir, l'incertitude, la recherche de contrôle et la dimension narrative sont des ingrédients nécessaires à l'existence d'une logique entrepreneuriale, mais, comme toute logique sociale, celle-ci s'accommode très bien de l'existence de routines, de valeurs, d'affects, et de tous les ingrédients à partir desquels se construit l'activité sociale.

... indissociable de ses appuis

Cette logique entrepreneuriale se déploie dans des *contextes* qui fournissent à ceux qui y sont engagés des *appuis*. Les contextes peuvent être stabilisés et faciles à appréhender par les entrepreneurs lorsqu'ils s'engagent dans des milieux industriels structurés avec des règles du jeu données, ou beaucoup plus incertains lorsqu'il s'agit d'activités nouvelles. Dans tous les cas, les entrepreneurs contribuent à structurer ce qui va faire contexte pour leurs actions. Un des appuis qui caractérisent l'activité entrepreneuriale est l'inscription des personnes concernées dans des mondes sociaux variés qui leur procurent des ressources et leur font subir des contraintes.

L'importance de cette inscription de l'activité entrepreneuriale dans une pluralité de mondes peut s'entendre de deux manières : d'une part, nous pouvons considérer que la sphère économique en général ou un secteur d'activité donné ne sont jamais qu'un monde parmi d'autres et que les personnes peuvent s'appuyer sur des ressources issues d'autres mondes, dont ceux qui ne sont pas identifiés comme le contexte évident de leur entreprise (rôle de la famille, des amis, du contexte social ou culturel environnant). Les personnes ayant une activité entrepreneuriale sont aussi engagées dans des relations interpersonnelles, inscrites dans ces mondes, ou se présentent de façon plus isolée. Ces relations s'agrègent dans des réseaux qui procurent aussi des ressources. Certaines d'entre-elles peuvent être mobilisées directement de façon instrumentale dans l'activité ou être activées dans des processus de coordination pour accéder à d'autres ressources. Les ressources des personnes elles-mêmes font aussi partie des appuis, y compris les ressources cognitives, parmi lesquelles nous pouvons ranger des projets plus ou moins formalisés, des théories sur le monde, des histoires (au sens d'intrigues) permettant de se repérer dans le temps, des valeurs, des routines ou des affects (si l'on veut utiliser un autre vocabulaire, on peut parler de dispositions ou de représentations).

D'autre part, nous pouvons considérer qu'étudier l'activité entrepreneuriale consiste à décrire la façon dont sont mises en œuvre des formes d'exploitation de l'hétérogénéité des mondes sociaux. C'est une intuition fondatrice chez Simmel qui décrivait le commerçant capitaliste comme un étranger, au croisement de plusieurs mondes (Simmel, 1999 [1908]) et que l'on retrouve dans les travaux d'anthropologie économique, notamment ceux de Frederik Barth sur le Darfour (Barth, 1978) ou dans les études consacrées aux entrepreneurs migrants (Portes, 1995 ; Tarrus, 2002 ; Peraldi, 2001). Dans cette dernière perspective, la logique de l'activité

entrepreneuriale est vue comme un effort pour bousculer les ordres sociaux existants et pour jouer sur les possibilités offertes par l'incomplétude des ordres économiques. La logique entrepreneuriale vise à faire circuler des choses entre des mondes (en les transformant) ou entre des contextes d'évaluation hétérogènes. Ce faisant, l'activité entrepreneuriale agit également sur ces/ses contextes. La question de la conversion et de la circulation des ressources ne se pose pas seulement pour les dirigeants des grandes entreprises, mais aussi à l'échelle des activités modestes, comme le montre la diversité de profil des entrepreneurs migrants, ou encore celle des entrepreneurs informels (voir **Entrepreneuriat et migration** et **Entrepreneurs du secteur informel**). Ces deux catégories incitent notamment à envisager la réalité entrepreneuriale au-delà de la dichotomie « entrepreneuriat de survie »/« entrepreneuriat stratégique », en étudiant le continuum de situations et de motivations complexes, mêlant nécessité et opportunité, qui caractérise une grande partie des activités entrepreneuriales.

Les appuis, comme les contextes, se modifient ou se construisent au cours du processus entrepreneurial. Ils ne sont pas, ou pas seulement, des conditions à l'origine. Les contextes des différentes séquences constituant le processus entrepreneurial sont plus ou moins stables ou mouvants, leur instabilité rajoutant à l'incertitude à laquelle doivent faire face les participants. Certains appuis sont influencés par l'activité entrepreneuriale. C'est le cas particulièrement des relations interpersonnelles. De nombreuses études ont montré que l'activité entrepreneuriale consiste aussi à constituer et à stabiliser des relations professionnelles qui sont des appuis essentiels pour les entreprises (Grossetti et Barthe, 2008). Ces relations jouent un rôle important dans les recrutements, surtout dans les phases initiales (voir **Entrepreneuriat, recrutement et emploi**). D'autres appuis, plus génériques, échappent pour l'essentiel à l'initiative des entrepreneurs. Les marchés se bloquent ou se retournent, des lois sont modifiées, des ressources apparaissent ou disparaissent. Par ailleurs, certains des appuis sont très dépendants des contextes historiques. Comme l'observait Karl Polanyi, l'économie de marché résulte de la construction politique au fil du temps de dispositifs juridiques et matériels permettant la généralisation d'une forme d'échange spécifique et d'une forme d'organisation de la production.

La logique entrepreneuriale et ses appuis interagissent. Au cours de son déroulement, l'activité entrepreneuriale produit des appuis nouveaux (la **réputation** par exemple) ou modifie ceux qui existent. Réciproquement, certains appuis favorisent le déploiement de cette logique. Ainsi, des configurations relationnelles spécifiques peuvent favoriser l'engagement

dans des créations d'entreprise. Des positions d'intermédiaires entre des mondes peuvent favoriser la découverte et l'exploitation d'opportunités. Des dispositifs impersonnels variés (d'accès à l'information, d'apprentissage de la comptabilité, d'aide à la construction d'un projet, etc.) influent sur les représentations de l'activité entrepreneuriale, au point qu'on peut dire que le capitalisme est en partie constitué d'une masse croissante de dispositifs qui équipent la logique entrepreneuriale et en favorisent la généralisation.

Le cadre global que nous venons d'esquisser opère un certain nombre de choix : centrage sur l'activité entrepreneuriale plus que sur l'entrepreneur considéré comme un type d'acteur social ; définition d'une logique entrepreneuriale, analytiquement dissociable des appuis sur lesquels se fonde l'activité. Ce cadre ne se présente pas dans ce dictionnaire comme une théorie de l'entrepreneuriat, mais plutôt comme une façon de délimiter les contours du problème de l'entrepreneuriat pour des sociologues, de définir un espace de réflexion, et de proposer également une vision d'ensemble d'une réalité sociale qui sera abordée sous de multiples angles dans les différentes notices.

Pourquoi un dictionnaire ?

« Entrepreneur » n'est qu'un mot, nous l'avons dit ; et, telle que nous venons d'en esquisser les contours, la notion d'activité entrepreneuriale est suffisamment ouverte pour donner lieu à des analyses sociologiques variées. Parce qu'il est un dictionnaire, cet ouvrage n'est ni la fresque exhaustive des usages de la notion d'entrepreneur, ni l'addition de monographies sociologiques des activités entrepreneuriales. Il a pour objet de proposer la liste raisonnée de quelques outils. Ceux-ci ont comme point commun de nous aider à décrire et à comprendre ce que sont, dans une grande diversité de situations sociales, des activités que l'on peut qualifier d'entrepreneuriales.

Premier parti pris, le choix de la forme dictionnaire permet de pendre acte de l'irréductible pluralité et de l'incompatibilité des définitions de l'entrepreneur, voire de l'inutilité de l'entreprise consistant à vouloir proposer une définition de l'entrepreneur, fût-elle proprement sociologique, pour envisager plutôt le paysage ou la famille de catégories permettant de penser les activités entrepreneuriales. La démarche évite donc toutes les formes de substantialisation de l'entrepreneur et présente l'ensemble des catégories nécessaires pour

appréhender de manière à la fois descriptive et analytique ces activités. Il s'agit donc plus que d'un simple geste de déconstruction de la notion et de ses représentations mythifiées, qu'elles soient héroïques ou stigmatisantes.

Le deuxième parti pris est disciplinaire. La posture sociologique est assumée, comme l'atteste la prépondérance des références sociologiques dans le corps des notices et dans la bibliographie finale. Non seulement ce dictionnaire, œuvre collective, concrétise une « entreprise de recherche » ayant rassemblé un ensemble de chercheurs qui se sentaient concernés par les usages de la notion d'entrepreneur⁹, mais il est conçu comme un ouvrage recherchant un haut degré de cumulativité à l'égard des catégories le plus souvent mobilisées pour penser les phénomènes entrepreneuriaux en sociologie. Le dictionnaire permet de prendre le mot entrepreneur pour en faire un idéal-type dans toute son épaisseur comparative : ainsi l'entrepreneur est-il rapporté aux différentes catégories associées et à leurs usages. Il ne s'agit pas de régler une fois pour toutes la question des définitions de chaque catégorie pour imposer sur le marché des définitions sociologiques une définition optimale, mais de produire une synthèse problématisée des travaux mobilisant de façon plus ou moins directe la notion ou la catégorie empirique mobilisée. Les mots sont mis en contexte à la fois par rapport à l'histoire de leur usage, par rapport aux controverses qu'ils ont suscitées, et par rapport à la valeur heuristique de leur usage pour décrire et comprendre les activités entrepreneuriales. Cette posture sociologique est évidemment ouverte aux autres savoirs disciplinaires.

Le troisième parti pris du dictionnaire est d'être composé d'entrées à la fois empiriques et conceptuelles. Cette composition témoigne d'une double ambition. D'une part, rendre compte, par agrégation des entrées empiriques, des différentes formes d'activités entrepreneuriales et des figures d'entrepreneurs, situées par rapport à des figures proches (innovateurs, patrons, indépendants, dirigeants d'entreprise, etc.). D'autre part, construire par touches successives, par les différentes entrées conceptuelles, les grandes lignes d'une sociologie des activités entrepreneuriales.

Ainsi, sans viser un système fermé et autosuffisant de concepts, ce dictionnaire donnera un aperçu des différents concepts et catégories empiriques utilisées par les sociologues pour penser les phénomènes entrepreneuriaux, tout en revendiquant une forme de singularité dans l'écriture. Chaque entrée propose non seulement une revue de littérature mais aussi une interprétation plus personnelle et/ou critique des entrées et de la littérature présentée, en

9. Le programme « Appuis sociaux de l'entrepreneuriat » (voir note 1).

cohérence avec le programme général de l'ouvrage. Pour les entrées conceptuelles, l'enjeu est à la fois de présenter une notion par rapport à son histoire et à ses usages dans les sciences sociales (en sociologie, en économie et en sciences de gestion), et d'expliquer comment cette notion permet de penser les activités ou les figures entrepreneuriales. Pour les entrées plus « empiriques » ou historiques, l'enjeu est à la fois de présenter l'histoire de la notion ou de la figure empirique (par exemple, les différentes formes de dispositifs juridiques stimulant l'auto-emploi pour l'entrée auto-entrepreneurs), et de restituer les enjeux plus généraux sur l'entrepreneuriat posés par cette entrée (par exemple : la construction de soi, les appuis sociaux de l'indépendance pour les auto-entrepreneurs, etc.).

Bibliographie

ABBOTT (A.), « Turning Point », *Time Matters. On Theory and Method*, Chicago (Ill.), University of Chicago Press, 2001.

ANTONCIC (B.) et HISRICH (R.), « Intrapreneurship : Construct Refinement and Cross-cultural Validation », *Journal of Business Venturing*, 16, 2001, p. 495-527.

ARTHUR (M. B.) et ROUSSEAU (D. M.) (eds), *The Boundaryless Career : A New Employment Principle for a New Organizational Era*, Oxford, Oxford University Press, 1996.

AYDALOT (P.), *Les Milieux innovateurs en Europe*, Paris, GREMI, 1986.

BAGNASCO (A.) et TRIGLIA (C.), *La Construction sociale du marché. Le défi de la troisième Italie*, Cachan, Editions de l'ENS de Cachan, 1993.

BARTH (F.), « Economic Sphere in Darfur », dans R. Firth (ed.), *Themes in Economic Anthropology*, Londres, Tavistock Publications, 1978, p. 149-174.

BERGERON (H.), CASTEL (P.) et NOUGUEZ (E.), « Un entrepreneur privé de politique publique. La lutte contre l'obésité, entre santé publique et intérêt privé », *Revue française de science politique*, 61 (2), 2011, p. 201-229.

BESSY (C.), *La Contractualisation de la relation de travail*, Paris, LGDJ, coll. « Droit et société », 2007.

BOLTANSKI (L.) et CHIAPPELLO (E.), *Le Nouvel Esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

BOUDON (R.), *La Place du désordre*, Paris, PUF, 1984.

BURT (R. S.), « Social Capital, Structural Holes and the Entrepreneur », *Revue française de sociologie*, 36 (4), 1995, p. 599-628.

CALLON (M.) (dir.), *La Science et ses réseaux. Genèse et circulation des faits scientifiques*, Paris, La Découverte, 1989.

CASTEL (R.), *Les Métamorphoses de la question sociale, une chronique du salariat*, Paris, Fayard, 1995 [réédition Paris, Gallimard, coll. « Folio », 2000].

CHAUVIN (P.-M.), *Le Marché des réputations. Une sociologie du monde des Grands Crus de Bordeaux*, Bordeaux, Féret, 2010.

DARBUS (F.), « L'accompagnement à la création d'entreprise. Auto-emploi et recomposition de la condition salariale », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 175, 2008, p. 18-33.

DIDRY (C.) et BROUTE (R.), « L'employeur en question. Les enjeux de la subordination pour les rapports de travail dans une société capitaliste », dans H. Petit et N. Thévenot, *Les Nouvelles Frontières du travail subordonné*, Paris, La Découverte, 2006, p. 47-70.

FINE (G.), « Reputational Entrepreneurs and the Memory of Incompetence : Melting Supporters, Partisan Warriors, and Images of President Harding », *American Journal of Sociology*, 101 (5), 1996, p. 1159-1193.

GARTNER (W. B.), « "Who Is an Entrepreneur ?" Is the Wrong Question », *Entrepreneurship Theory and Practice*, été 1989, p. 47-68.

GILI (P.), « 1494. L'armée de Charles VIII franchit les Alpes. L'Italie, cet obscur objet (politique) du désir », dans P. Boucheron (dir.), *Histoire du monde au XV^e siècle*, Paris, Fayard, 2009, p. 417-420.

GIRAudeau (G.), « Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur schumpetérien performé », *Sociologie du travail*, 49 (3), 2007, p. 330-350.

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.

GROSSETTI (M.), « Les ressources de l'activité sociale », *SociologieS*, « Grands résumés, L'Action au pluriel. Sociologie des régimes d'engagement », 6 juillet 2011 [<http://sociologies.revues.org/index3575.html>].

HOSELITZ (B.), « The Early History of Entrepreneurial Theory », *Explorations in Entrepreneurial History*, vol. 3, 1951, p. 193-220.

MAUGER (G.), « Les politiques d'insertion. Une contribution paradoxale à la déstabilisation du marché du travail », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 136-137, 2001, p. 5-14.

MCCARTHY (J. D.) et ZALD (N. Z.), « Resource Mobilization and Social Movements : A Partial Theory », *American Journal of Sociology*, 6 (82), 1977, p. 1212-1241.

MENGER (P.-M.), *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2003.

MENGER (P.-M.), *Le Travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Paris, Editions de l'EHESS-Gallimard-Seuil, coll. « Hautes Études », 2009.

NICOLAOU (N.) et SHANE (S.), « Can Genetic Factors Influence the Likelihood of Engaging in Entrepreneurial Activity ? », *Journal of Business Venturing*, 24, 2009, p. 1-22.

NICOLAOU (N.), SHANE (S.), CHERKAS (L.), HUNKIN (J.) et SPECTOR (T. D.), « Is the Tendency to Engage in Entrepreneurship Genetic ? », *Management Science*, 54, 2008, p. 167-179.

PERALDI (M.) (dir.), *Cabas et containers. Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*, Paris, Maisonneuve et Larose, 2001.

PINCHOT (G.), *Intrapreneuring*, New York (N. Y.), Harper & Row, 1985.

PIORE (M.) et SABEL (C.), *The Second Industrial Divide : Possibilities for Prosperity*, New York (N. Y.), Basic Books, 1984.

POLLAK (M.), *Une identité blessée. Etudes de sociologie et d'histoire*, Paris, Métailié, 1993.

PORTES (A.), *The Economic Sociology of Immigration*, New York (N. Y.), Russel Sage Foundation, 1995.

- ROCHEFORT (R.), *Les Consommateurs entrepreneurs. Les nouveaux modes de vie*, Paris, Odile Jacob, 1997.
- RULE (E. G.) et IRWIN (D. W.), « Fostering Intrapreneurship : The New Competitive Edge », *The Journal of Business Strategy*, 9 (3), 1988, p. 44-47.
- SABEL (F.) et ZEITLIN (J.) (eds), *Word of Possibilities. Flexibility and Mass Production in Western Industrialization*, Cambridge et Paris, Cambridge University Press-MSH, 1997.
- SAXENIAN (A.-L.), *Regional Advantage : Culture and Competition in Silicon Valley and Route*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1994.
- SCHNEIDER (M.) et TESKE (P.), « Toward a Theory of the Political Entrepreneur : Evidence from Local Government », *American Journal of Political Science*, 86 (3), 1992, p. 737-747.
- SCHUMPETER (J.), « Entrepreneurship as Innovation », *The Theory of Economic Development*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1911, p. 51-52.
- SEASHORE (L. K.), BLUMENTHAL (D.), GLUCK (M. E.) et STOTO (M. A.), « Entrepreneurs in Academe : An Exploration of Behaviors among Life Scientists », *Administrative Science Quarterly*, 34, 1989, p. 110-131.
- SHANE (S.) et VENKATARAMAN (S.), « The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research », *Academy of Management Review*, 25 (1), 2000, p. 217-226.
- SHANE (S.), *A General Theory of Entrepreneurship : The Individual-Opportunity Nexus*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2003.
- SHAPIN (S.), « The Scientific Entrepreneur », *The Scientific Life. A Moral History of a Late Modern Vocation*, Chicago (Ill.), University of Chicago Press, 2008, p. 209-267.
- SIMMEL (G.), *Sociologie*, Paris, PUF, 1999 [1908].
- SMELSER (N.) et SWEDBERG (R.) (eds), *Handbook of Economic Sociology*, Princeton (N. J.) et Londres, Princeton University Press et Russell Sage Foundation, 2005 [2^e éd.].
- SOUDER (W. E.), « Encouraging Entrepreneurship in the Large Corporations », *Research Management*, 14 (3), 2007, p. 18-22.

SUPIOT (A), CASAS (M. E.), MUNCK (J. de) et HANAU (P.), *Au-delà de l'emploi : transformations du travail et devenir du droit du travail en Europe. Rapport pour la Commission des Communautés européennes*, Paris, Flammarion, coll. « Flammarion documents et essais », Paris, 1999.

SWEDBERG (R.), *Entrepreneurship. The Social Science View*, Oxford, Oxford University Press, 2000.

TARRIUS (A.), *La Mondialisation par le bas. Les nouveaux nomades de l'économie souterraine*, Paris, Balland, 2002.

TELLIER (S.), « Un rythme très élevé des créations d'entreprises en 2007 », *INSEE Première*, 1172, 2008.

THEVENOT (L.), *L'Action au pluriel. Sociologie des régimes d'engagement*, Paris, La Découverte, 2006.

VERIN (H.), *Entrepreneurs, entreprise. Histoire d'une idée*, Paris, PUF, 2012 [1982].

WAGNER (R. E.), « Pressure Groups and Political Entrepreneurs : A Review Article », *Public Choice*, 1 (1), 1966, p. 161-170.

WEBER (M.), *L'Ethique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 2003 [1904].

WHITE (H.), *Identité et contrôle. Une théorie de l'émergence des formations sociales*, Paris, Editions de l'EHESS, 2011.

ZALIO (P.-P.), « L'entreprise, l'entrepreneur et les sociologues », *Entreprises et Histoire*, 2004, p. 16-30.

ZHANG (Z.), ZYPHUR (M. J.), NARAYANAN (J.), ARVEY (R. D.), CHATURVEDI (S.), AVOLIO (B. J.), LICHTENSTEIN (P.) et LARSSON (G.), « The Genetic Basis of Entrepreneurship : Effects of Gender and Personality », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110, 2009, p. 93-107.