

ATELIER DE RECHERCHE
LES TPE ARTISANALES EN DEVENIR
ERFI MONTPELLIER 1
19 MAI 2005

LE POTENTIEL DE RESSOURCES DU DIRIGEANT DE TPE DANS UNE REGION
INDUSTRIELLE EN RECONVERSION

SOPHIE BOUTILLIER

MCF-HDR

LABORATOIRE DE RECHERCHE SUR L'INDUSTRIE ET L'INNOVATION (EA 3604)

UNIVERSITE DU LITTORAL COTE D'OPALE

DUNKERQUE

<http://www-heb.univ-littoral.fr/rri>

email : boutilli@univ-littoral.fr

mots clés : entrepreneur, entreprise, capital social, politique publique

Résumé

La création d'entreprise est conçue, par les autorités publiques, comme un moyen de créer des emplois, des activités, de recréer un lien social qui s'effrite dans un contexte de sous-emploi. Le cas de l'agglomération dunkerquoise, à l'extrême nord de la France, est riche d'enseignements. Pôle d'industrie lourde depuis les années 1960, le travail salarié (ouvrier) a modelé la vie des Dunkerquois pendant plusieurs générations. Aussi, comment donner le goût d'entreprendre ? Quelles sont les motivations de l'entrepreneur ? Une enquête réalisée en 2003 sur les nouveaux entrepreneurs dunkerquois montre qu'une majorité d'entre eux ont été contraints par les circonstances (déficit d'emplois salariés), et ne réalisent pas une ambition mûrement réfléchie. Cette enquête a été réalisée à partir du concept du potentiel de ressources de l'entrepreneur, tiré d'une analyse critique du concept de capital social qui a été développé par nombre de chercheurs depuis les années 1980.

L'agglomération dunkerquoise (BOUTILLIER, UZUNIDIS, 2004 ; BOUTILLIER 2004), située à l'extrême Nord de la France, sur la côte de la Mer du Nord, a été au lendemain de la seconde guerre mondiale désignée en tant que pôle de développement de l'industrie lourde (sidérurgie, chimie, énergie, etc.). D'importantes unités de production s'y sont implantées contribuant au développement du travail salarié, principalement ouvrier. Depuis la crise économique des années 1970 et face à la baisse des emplois salariés, les responsables publics ont cherché à appuyer la création d'entreprises. La tâche était particulièrement difficile dans une localité reposant sur une forte culture salariale. Nombre des nouveaux dirigeants de TPE ne sont pas issus d'une famille d'entrepreneurs, mais d'ouvriers ou d'employés et ont créé une entreprise pour créer leur emploi, acquérir un statut social et professionnel, fréquemment aussi pour ne pas s'éloigner de la famille. Peu (ou pas) diplômés, ils ont créé une entreprise dans un secteur faiblement capitalistique en s'inscrivant dans le contexte économique et social local, mais ils disposent d'un savoir technique très important puisque une majorité de dirigeants a créé son entreprise après une longue expérience de salarié (généralement en tant qu'ouvrier ou employé, rarement en tant que cadre).

Pour faire face à cette situation, les institutions d'aide à la création d'entreprises se sont multipliées depuis ces quinze dernières années. Dans la région Nord/Pas-de-Calais, la création d'entreprises est manifestement un bon marché. Environ 120 organismes sont recensés proposant leurs services pour créer une entreprise. Le Programme Régional pour la Création et la Transmission d'Entreprise (PRCTE) conduit par le Conseil régional du Nord/Pas-de-Calais en est la pièce maîtresse. Il apporte des réponses aux multiples questions que se pose un créateur. Dans le Nord/Pas-de-Calais, on recense environ 800 personnes travaillent en tant que conseiller à la création d'entreprises.

Bien que nombre de ces nouveaux dirigeants d'entreprise ne soit pas issu d'une famille d'entrepreneur, la création d'entreprise s'inscrit cependant dans un cadre familial particulier : apport de capitaux, de compétences, de marchés, de contacts institutionnels. La famille est à la base de la création d'un réseau de relations personnelles et professionnelles. Cette caractéristique est importante car la majorité des dirigeants de l'enquête ne sont pas issus d'une famille d'entrepreneurs. Ils inaugurent en quelque sorte une voie nouvelle au regard de l'histoire familiale. Comment, dans ces conditions, l'expérience de salarié peut-elle se combiner avec celle de l'entreprise ? Sachant que le Nord de la France, ne se singularise pas par un dynamisme particulier en matière de création d'entreprise, bien au contraire. Créer son entreprise, c'est « passer de l'autre côté ». Celui des patrons !

Le concept du potentiel de ressources (ci-dessous défini) (BOUTILLIER, 2005) constitue la grille de lecture sur laquelle nous nous appuyons. Partant du concept du capital social, concept récurrent depuis les années 1980 dans les sciences sociales, nous avons défini le potentiel de ressources pour replacer l'analyse du comportement individuel dans un environnement économique et social donné. Partant de cet acquis, nous avons défini trois profils de dirigeant de TPE : l'entrepreneur technologique, relativement diplômé (BAC + 2), son activité s'inscrit dans des secteurs d'activité au développement récent (informatique, électronique notamment) ; l'entrepreneur traditionnel comme l'entrepreneur de proximité n'est généralement pas diplômé. Le premier développe son activité dans le cadre d'un marché local pour une clientèle locale. L'entrepreneur traditionnel développe son activité dans le cadre de secteurs à technologie banalisée pour une clientèle d'entreprises locales. Nous avons croisé cette classification avec la problématique de l'intégration territoriale des dirigeants de

TPE (MARCHESNAY, 2000). Le « patron » dans une petite ville de province est aussi et souvent un notable local. Il cumule des fonctions de dirigeant d'entreprise et politiques (maire, conseiller municipal par exemple). Celui-ci recherche généralement une forte légitimité territoriale, ancrée parfois dans plusieurs générations. Mais est-ce le cas ici ? Comment évaluer son potentiel de ressources ? Est-ce un « petit patron » ? Un isolé ? Comment est-il intégré au territoire ? Alors que sa vocation de dirigeant, d'entrepreneur est contrainte par les circonstances ? Création de son emploi ? Est-ce un « entrepreneur socialisé » (BOUTILLIER, UZUNIDIS, 1998) ? C'est-à-dire un individu qui a créé son entreprise en cherchant à valoriser les mouvements d'externalisation des grandes entreprises, souvent à partir de son réseau professionnel, et aux relations entretenues avec son ancien employeur (BOUTILLIER, LAPERCHE, UZUNIDIS, 2004 ; BOUTILLIER, UZUNIDIS, 2003).

Profils d'entrepreneur, secteurs d'activité et intégration territoriale

Entrepreneur	Secteur d'activité	Intégration territoriale
Entrepreneur traditionnel	Technologie banalisée pour une clientèle d'entreprises locales	« petit patron » vocation de patron contrainte par les circonstances (créer son emploi) forte intégration territoriale
Entrepreneur technologique	Technologie nouvelle pour une demande à créer	« entrepreneur socialisé » créer son entreprise en cherchant à valoriser les opportunités offertes par les politiques d'externalisation des grandes entreprises
Entrepreneur de proximité	Petit commerce de détail pour une clientèle de particuliers locale	« petit patron » vocation de patron contrainte par les circonstances (créer son emploi) forte intégration territoriale

Notre démarche sera la suivante : dans la première partie, nous ferons un bref survol des théories du capital social. Comment les relations peuvent-elles être considérées comme une ressource valorisation permettant à l'individu d'améliorer sa situation économique et professionnelle ? Comment, compte tenu des faiblesses du concept de capital social, en arrive-t-on au potentiel de ressources ? Dans la deuxième partie, nous présenterons le cadre global de l'enquête menée auprès des nouveaux entrepreneurs dunkerquois (répartition sectorielle, âge, sexe, effectif de l'entreprise, les créations d'emplois, etc.). Dans la troisième partie, nous présenterons les résultats d'une enquête menée, réalisée à partir du concept du potentiel de ressources, auprès de nouveaux entrepreneurs dunkerquois en 2004. Ces derniers ayant créé leur entreprise en 2001.

1. LES RELATIONS SOCIALES, LES CONNAISSANCES, DES RESSOURCES VALORISABLES ?

Le concept de « capital social » a fait officiellement son entrée dans les sciences humaines et sociales au début des années 1980. P. BOURDIEU en est l'un des principaux investigateurs. Sa démarche s'inscrit dans l'approfondissement de l'analyse des relations sociales. Au début des années 1960, G. BECKER avait défini le capital humain, considérant que tout individu est propriétaire de son savoir, de ses connaissances et qu'il peut prendre la décision d'investir dans son capital humain pour accroître sa valeur marchande sur le marché du travail. Avec le concept du capital social, ce sont les relations sociales qui deviennent des ressources valorisables.

1.1. Valoriser ses connaissances

Les années de croissance économique de l'après-guerre (reconstruction) ont été marquées par l'émergence de la théorie du capital humain, symbole emblématique du poids croissant des dépenses d'éducation. La condition salariale s'étend à la fois sur le plan économique et géographique. Les grandes entreprises développent leurs activités contribuant ainsi à la diffusion de la condition salariale au niveau international. La priorité des gouvernements des pays industrialisés, comme des pays en développement, est alors la croissance des firmes (économies d'échelle, baisse des coûts de production). Industrie et condition salariale symbolisent la modernité du moment. La petite entreprise se manifeste telle une forme arriérée de l'organisation industrielle, une espèce de survivance du passé !

Au début des années 1960, le capital humain s'impose. Les entreprises, en particulier les grandes, ont besoin d'une main-d'œuvre de haut niveau. Quatre facteurs fondamentaux favorisent cette évolution : le développement du travail tertiaire et la séparation de plus en plus fine entre conception et fabrication ; l'affirmation du plein-emploi. La question du chômage ne se pose pas, sauf pour de courtes périodes (chômage frictionnel ou chômage naturel) ; le développement du système éducatif et l'allongement progressif de la période de scolarisation à partir des années 1950 ; le progrès technique et le développement de l'automatisation du travail se poursuivent.

Cette avancée théorique significative a été fondamentalement initiée par G. BECKER (BECKER, 1964) dans les années 1960. A. SMITH l'avait précédé dans cette voie quoique de façon assez timorée¹. Les véritables précurseurs du capital humain sont très certainement T. W. SCHULZ (SCHULZ, 1958) et E. F. DENISON (DENISON, 1962). La qualité des ressources humaines, l'investissement dans l'éducation, l'information des individus, la connaissance sont des facteurs de production. Le capital humain (G. BECKER) se distingue du capital physique ou du capital financier parce que le savoir et le savoir-faire acquis par un individu lors d'une formation sont incorporés dans ce dernier. L'employeur ne bénéficie de ce savoir que dans la mesure où le salarié continue à travailler dans son entreprise. Tout individu est propriétaire de son capital humain. Les employeurs n'ont pas de droit de propriété sur leurs employés. Mais, le capital humain est un capital, et à ce titre la théorie du capital peut lui être appliquée en l'adaptant tout en dégageant des propriétés propres : Le capital humain est accumulable. Tout individu peut accroître le nombre d'années qu'il consacre à se former dans l'absolu de façon quasi-indéfinie ; les rendements marginaux de l'investissement éducatif sont décroissants : au cours du cycle de vie, l'accumulation du capital humain suit une tendance décroissante. Plus les années passent et moins les agents économiques consacrent de temps à se former d'autant plus que les conséquences concrètes en termes d'emploi deviennent moins nombreuses. Le rendement du capital humain baisse avec l'âge ; l'incorporation du capital humain dans

¹ Dans *La richesse des nations*, A. SMITH consacre de longs développements à la nécessité de démocratiser l'éducation. L'Etat doit veiller à ce que toutes les couches de la population aient accès à l'éducation.

l'individu limite ses possibilités d'investissement. Il est tributaire de ses capacités physiques et intellectuelles. De plus, un individu peut être conduit à accumuler du capital humain sans que cet effort se traduise par un gain supplémentaire sur le marché du travail ; le capital humain est à la fois un bien privé et un bien public car une population bien formée est aussi plus performante (cf. croissance du PIB).

La théorie du capital humain présente donc des similitudes certaines avec celle du capital. L'individu investit dans lui-même, comme le capitaliste investit dans son entreprise : le premier est incorporé dans l'individu, en revanche le capital reste extérieur à l'entrepreneur qui l'investit. Quoiqu'il en soit la loi des rendements marginaux décroissants est appliquée au capital humain comme au capital physique.

1.2. Valoriser ses relations sociales

A partir du début des années 1990, de multiples travaux sont menés par des sociologues américains (R. PUTNAM, J. COLEMAN). Les relations sociales deviennent une ressource valorisable par les individus. En bref pour améliorer leur bien-être économique, les individus valorisent leurs relations sociales qui sont à la fois considérées comme un bien individuel et collectif. Les propriétés du capital social sont les mêmes que celles du capital physique : rendements d'échelle décroissants, décroissance de la productivité marginale, etc.

P. BOURDIEU (BOURDIEU, 1980) avait élaboré le concept du capital social dans le cadre d'une analyse de la stratification sociale. Les différences de revenus ne sont pas le seul critère de... distinction entre les classes sociales. A revenus égaux, les comportements sociaux sur le plan culturel, par exemple, peuvent être très différents. Pour se faire une place dans la société, les individus tissent un réseau de relations sociales. Ce capital social est le moyen d'accéder à des emplois, à des sources de financement, etc. Les individus appartenant aux classes sociales dominantes sont aussi ceux qui possèdent un important réseau de relations sociales ! P. BOURDIEU (BOURDIEU, 1980) définit le capital social comme la somme des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relation plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et interreconnaissance. Tout individu est doté d'un capital social donné, celui-ci n'est pas une donnée naturelle, mais le produit de sa stratégie. Les individus investissent consciemment ou inconsciemment pour accroître leur capital social, sachant que celui-ci dépend des autres formes de capital : le capital économique, le capital culturel et le capital symbolique. Ces différentes formes de capital sont donc interdépendantes. Un capital économique élevé facilite la formation d'un capital social. De même pour le capital culturel. Le capital social est aussi un moyen d'accroître le capital économique des individus.

Bien avant P. BOURDIEU, d'autres sociologues avaient été attirés par la richesse (potentielle) que constitue un réseau de relations sociales. M. WEBER (WEBER, 1964) avait montré par exemple l'intérêt d'appartenir à une communauté religieuse aux Etats-Unis au début du 20^{ème} siècle, pour réussir dans les affaires. S. MACAULAY (MACAULAY, 1963) publie les résultats d'une étude réalisée aux Etats-Unis sur les transactions entre les firmes, lesquelles s'effectuent très fréquemment sans contrat ou dans des conditions juridiques défectueuses. Les entrepreneurs sont souvent réticents vis-à-vis de formalités nuisibles à la confiance, car demander un contrat précis, c'est montrer que l'on n'a pas confiance. Les relations sociales, basées sur la confiance réciproque, s'avèrent plus importantes que les relations (impersonnelles) institutionnelles.

Pour les sociologues américains qui ont repris le concept à la fin des années 1980, le capital social peut être un réseau de relations multiples et variées permettant à l'individu de renforcer son insertion sociale et être prêt dans ces conditions à affronter des coups durs. Dire « bonjour » à son voisin tous les jours est un bon moyen d'enrichir son capital social car en

cas de difficulté, il pourra apporter de l'aide. Mais, le capital social n'entre pas seulement dans le calcul économique de l'individu rationnel. Il est également analysé sur le plan macroéconomique ou macro-social. Prenons l'exemple des associations. Le capital social d'un pays peut être évalué à partir du nombre d'associations et/ou du nombre de leurs adhérents. Des liens très subtils sont aussi tissés entre le capital social et le capital humain. Autre exemple : celui d'un parent qui aide ses enfants à faire leurs devoirs. Ces derniers auront ainsi plus de chance de réussir leurs études. Ils auront accès à des emplois à hautes responsabilités et largement rémunérés. Sur le plan individuel, l'intérêt est évident, sur le plan macroéconomique en vertu du principe de la main invisible également ! Des entreprises bien dotées en capital humain seront plus compétitives.

La question du capital social n'est simple qu'en apparence (GASSE, DIOCHON, MENZIES, 2004). On recense autant de définitions du capital social que de chercheurs qui en ont fait le concept central de leur analyse. J. COLEMAN (COLMAN, 1988) décrit le capital social comme une ressource qui est incorporée dans les relations interindividuelles. Comme le capital humain, il est incorporé dans les individus qui ont chacun leur propre réseau de relations. Les propriétés du capital social sont à l'image du capital physique. Le capital social peut être mis en œuvre par un individu, des organisations ou des groupes. Les ressources qui sont tirées du capital social font l'objet d'une appropriation privative et s'apparentent aux externalités générées par le fonctionnement du marché. Le capital social est productif comme le capital physique et le capital humain et contribue à accroître le bien-être des individus. Parmi les trois formes de capital (le capital social, le capital physique et le capital humain), le capital social est sans doute le moins tangible puisque qu'il n'existe que sous la forme de relations tissées entre les individus. J. COLEMAN insiste tout particulièrement sur l'existence de liens entre le micro et la macro social, car les ressources (privées) que l'individu tire de la valorisation de son capital social ont des répercussions macroéconomiques. En ce sens il s'agit d'une forme d'externalité puisque l'investissement réalisé par l'individu dépasse le gain qu'il en retire.

R. PUTNAM (PUTNAM, 1995) définit le capital social comme les réseaux et les normes de réciprocité qui y sont associées. Le capital social a une valeur donnée pour les individus qui font partie du réseau. Comme J. COLEMAN, il distingue deux formes de capital : le physique et le social. Le capital social existe sous différentes formes, très variées : une association de parents d'élèves, un organisme national quelle que soit son activité, un syndicat, etc. Ce sont des institutions structurées et reconnues. Mais, ces réseaux ont aussi une existence informelle comme le réseau constitué par les réunions régulières d'amis dans un bar. R. BURT (BURT, 1995) a mis pour sa part en évidence le rôle des réseaux de relations dans la progression de la carrière à partir de l'étude portant sur les promotions internes de cadres dans une grande firme de haute technologie. Les cadres dont le réseau est limité ont une carrière qui progresse moins vite que ceux qui ont un réseau de relations très dense. Il développe à cette occasion, la notion de « trous structurels » : plus le réseau est riche en « trous structurels » plus il apportera des bénéfices informationnels et des moyens de contrôle et plus la carrière progressera rapidement.

Les propriétés du capital social sont analogues à celles du capital humain ou du capital physique : le capital social est soumis à la loi des rendements d'échelle décroissants. Les individus investissent dans leur capital social jusqu'au moment où les coûts marginaux privés concordent avec les bénéfices privés obtenus ; il décline avec l'âge de l'individu ; il est accumulable. Tout individu peut accroître le nombre de ses relations sociales. Il peut aussi prendre la décision de s'impliquer dans l'éducation de ses enfants en les aidant à faire leurs devoirs ; il est à la fois la propriété d'un individu qui dispose d'un réseau de relations donné, mais c'est aussi un bien public parce qu'il contribue à améliorer le degré de confiance entre les individus, élément contribuant à l'accroissement du bien-être social.

Les organisations internationales, l'OCDE ou la Banque Mondiale, ont vu très tôt l'intérêt tirer du capital social pour améliorer l'efficacité des politiques publiques. L'OCDE, pour accroître le bien-être des population (OCDE, 2001), attribue au capital social un rôle primordial en distinguant trois types de capital qui sont liés par des dispositions institutionnelles : le capital naturel et produit, le capital humain et le capital social. Le capital humain et le capital social sont valorisés par la famille, l'école, l'Etat – reconnaissance du droit de propriété privée, l'application des lois et des règlements – supports de la croissance économique. Les propriétés du capital social sont multiples : Le capital social réside dans les relations sociales. Il n'est pas la propriété exclusive d'un individu particulier. Mais tout individu peut se vanter de son carnet d'adresses ; il constitue un bien public car partagé par un groupe d'individus ; il est à la fois le produit des investissements réalisés par la société en temps et en énergie et du patrimoine culturel et des normes de comportements hérités du passé (OCDE, 2001). Pour la BANQUE MONDIALE (BANQUE MONDIALE, 2000), le capital social est ainsi un moyen de lutte contre la pauvreté pour combler le vide laissé par l'absence des institutions, piliers de la croissance économique. Le capital social apporte un support social aux relations économiques informelles, lesquelles reposent sur des rapports subtils de confiance et de solidarité réciproques. En termes de politique publique, la traduction en est le développement du secteur associatif.

Le concept de capital social s'apparente aussi à celui du réseau qui a également été introduit dans les sciences sociales et humaines au début des années 1990. L'image du réseau tel qu'elle apparaît sous la forme de connexions informatiques incite nombre de chercheurs (M. CASTELLS) à développer une analyse métaphorique. Leurs analyses sont d'autant plus intéressantes qu'ils n'occulent pas le fait historique. Les réseaux (marchands, politiques, financiers...) (BRAUDEL, 1985) ont toujours existé, mais ont pris une dimension nouvelle grâce au progrès technique. Cette démarche ne s'inscrit pas dans le cadre de l'individualisme méthodologique. Le réseau n'est pas conçu comme un bien appropriable et valorisé par les individus qui en font partie. L'approche en réseau est conçue comme un moyen d'appréhender les transformations du monde. Le réseau entre aussi dans d'autres contextes, comme par exemple, l'analyse de la cohésion sociale, niveau intermédiaire entre le micro et le macro. L'accent est mis sur la force des liens interpersonnels pour expliquer les phénomènes macro-sociologiques (M. GRANOVETTER).

1.3. Du capital social au Potentiel de Ressources

L'approche en termes de capital social nous sommes semble réductrice car largement centrée sur l'individu, indépendamment du contexte économique, social et politique dans lequel il est inséré. Nous privilégions une approche basée sur le « potentiel de ressources », lequel se décompose en trois parties : ressources financières (effectives et potentielles), connaissances (validées par un diplôme et/ou l'expérience professionnelle) et relations sociales (institutionnelles ou informelles). Le principe sur lequel nous nous appuyons est que l'individu (ici l'entrepreneur) est en inter-action permanente avec l'environnement économique, social, politique, technique qui le contient. Les ressources qu'il tire de cet environnement sont en grande partie déterminées par son origine sociale (famille, études, relations personnelles et professionnelles, etc.) et les opportunités offertes par la conjoncture économique.

Tout individu dispose d'un ensemble de ressources qui lui sont propres qu'il cherche à valoriser pour trouver un emploi, créer une entreprise, changer d'activité professionnelle, etc. Les choix qu'il effectue sont aussi déterminés par les ressources qui lui sont propres. Mais, le potentiel de ressources ne se réduit pas au réseau de relations dont dispose l'individu, et qui lui permet d'atteindre son optimum. Le potentiel de ressources n'est pas une donnée naturelle, mais le produit d'un processus social, des opportunités et des contraintes que celui-ci

implique : quelle est son origine sociale ? Comment a-t-il été scolarisé ? Qui étaient ses parents ? Etaient-ils entrepreneurs ? Salariés ? Fonctionnaires ? Quelles sont ses relations sociales ? A-t-il fait des études, etc. Pour créer son entreprise, l'entrepreneur doit réunir des fonds, convaincre des banquiers, montrer son sérieux, inspirer confiance. La famille joue dans ce cas un rôle considérable², elle est un élément du potentiel de ressources car elle est à la base de la socialisation de l'enfant, elle oriente ses études et les relations professionnelles et personnelles du futur adulte. Les trois parties de potentiel de ressources sont interdépendantes. Commençons par l'acquisition d'une formation. Les connaissances d'un individu donné sont déterminées par son niveau d'études et/ou le degré de son expérience professionnelle. Le contexte familial influence positivement ou négativement le choix d'une formation. Nombre d'entrepreneurs sont eux-mêmes issus d'une famille d'entrepreneurs, parents directs ou plus éloignés. Au cours de sa scolarité, l'individu est amené à faire des rencontres. Il peut être ainsi amené à faire la rencontre d'un futur associé, qui apportera le complément de ses connaissances professionnelles, mais aussi des capitaux ou encore quelques relations bien utiles pour créer son marché. Avoir un bon carnet d'adresses est fondamental.

Le Potentiel de Ressources du créateur d'entreprise : éléments d'une définition générale

Potentiel de Ressources	Caractéristiques majeures
Connaissances	Connaissances tacites et de toutes natures acquises dans le cadre familial Connaissances scientifiques et techniques acquises pendant la scolarité Connaissances acquises par les rapports avec autrui (famille, activité professionnelle)
Ressources financières	Epargne propre Apports affectifs : parents, proches, etc. Crédit bancaire Aides financières institutionnelles (ex. aides directes de l'Etat) Apports financiers d'un autre entrepreneur
Relations sociales	Relations informelles (famille, amis, voisinage, collègues, etc.) Relations formelles (Etat, banques, autres entreprises, centres de recherche, etc.)

Partant de cette définition générale, nous avons défini le potentiel de ressources de l'entrepreneur traditionnel, de l'entrepreneur de proximité et technologique. Nous pourrions constater que le potentiel de ressources de l'entrepreneur traditionnel et de l'entrepreneur de

² M. PINÇON et M. PINÇON-CHARLOT analysent l'importance des stratégies familiales dans les milieux de la grande bourgeoisie notamment. Rejeton d'une famille donnée, l'individu est en quelque sorte canalisé (par le biais de ses études, de ses relations personnelles puis professionnelles) vers un rôle social déterminé (PINÇON, PINÇON-CHARLOT, 2000). Selon l'origine sociale de l'individu, la famille n'a pas la même force. Concernant les ouvriers, les travaux de M. VERRET (VERRET, 1995) sont incontournables.

proximité se distinguent très peu. L'un est l'autre sont peut diplômés, disposent de faibles ressources financières et privilégient les relations sociales informelles (famille, amis, voisinage, etc.) au détriment des relations institutionnelles. L'Etat, d'une manière générale, est perçue sous le traits du percepteur et non sous ceux de l'Etat-providence. Le cas de l'entrepreneur technologique est tout à fait différent. Socialisé plus longtemps dans le cadre scolaire (et parfois universitaire), son attitude face à l'administration est tout fait différente. Il n'a pas cette peur de l'écrit, comme nombre des entrepreneurs de proximité ou traditionnels pour lesquels la brièveté de la scolarité a été synonyme d'échec scolaire. Dans ces conditions, on comprend l'importance du cadre familial, plus sécurisant dans tous les sens du terme. C'est un monde que l'on connaît .

Le Potentiel de Ressources du créateur d'entreprise : l'entrepreneur traditionnel ou entrepreneur de proximité/ « petit patron »

Potentiel de Ressources	Caractéristiques majeures
Connaissances	<p>Peu ou pas diplômé, souvent autodidacte</p> <p>Apprentissage dans le cadre de la socialisation familiale – forte intégration territoriale car face au déficit d'emplois salariés locaux, créer son entreprise permet de rester sur place, près de sa famille</p> <p>Expérience professionnelle en tant que salarié fréquente</p>
Ressources financières	<p>Epargne propre peu importante mais elle est toujours à la base de la création de l'entreprise</p> <p>Apports affectifs : parents, proches, etc. (fréquents). Les membres de la famille participent moralement et par leur travail à la création et au développement de l'entreprise</p> <p>Crédit bancaire (rarement, manque de garanties financières)</p> <p>Aides financières institutionnelles (ex. aides directes de l'Etat) (rarement, déficit d'informations, peur de la bureaucratie)</p>
Relations sociales	<p>Importance des relations sociales informelles (famille, amis, voisinage, collègues, etc.) au détriment des relations sociales formelles (Etat, banques, autres entreprises, centres de recherche, etc.)</p>

Le Potentiel de Ressources du créateur d'entreprise : l'entrepreneur
technologique/ « entrepreneur socialisé »

Potentiel de Ressources	Caractéristiques majeures
Connaissances	<p>Diplômé (généralement BAC +2)</p> <p>Apprentissage dans le cadre de la socialisation familiale – forte intégration territoriale car face au déficit d'emplois salariés locaux, créer son entreprise permet de rester sur place, près de sa famille</p> <p>Expérience professionnelle en tant que salarié</p>
Ressources financières	<p>Epargne propre peu importante mais elle est toujours à la base de la création de l'entreprise</p> <p>Apports affectifs : parents, proches, etc. (fréquents). Les membres de la famille participent moralement et par leur travail à la création et au développement de l'entreprise</p> <p>Crédit bancaire (fréquent)</p> <p>Aides financières institutionnelles (ex. aides directes de l'Etat) (fréquent) – Attitude positive face à l'administration. « A quoi ai-je droit ? »</p>
Relations sociales	<p>Intégration des relations sociales informelles (famille, amis, voisinage, collègues, etc.) et des relations sociales formelles (Etat, banques, autres entreprises, centres de recherche, etc.)</p>

2. LE CADRE GLOBAL DE L'ENQUETE

2.1. La population d'entreprises interrogées³

L'enquête a été réalisée en janvier et mars 2003. 42 entreprises ont été sélectionnées à partir des fichiers de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Dunkerque. Elles appartiennent toutes à la catégorie des « très petites entreprises », réparties entre les secteurs secondaire et tertiaire. Ce sont des entreprises indépendantes : elles n'appartiennent pas à un groupe ou tributaires d'une franchise. Ce sont des entreprises nouvellement créées (absence de reprises ou de réactivations) en 2001.

Parmi les 42 entrepreneurs interrogés, 18 sont des entrepreneurs traditionnels, 20 des entrepreneurs de proximité et 4 technologiques. Cette taxinomie ci-dessous détaillée a été définie à la fois la nature du produit et du marché considérés. Les entrepreneurs de proximité exercent leur activité dans les services à la personne (soins de beauté, coiffure, discothèque, etc.), mais aussi toute une gamme d'activités commerciales dont le destinataire est le consommateur final (boulangerie, commerce de produits alimentaires et non alimentaires). Les entrepreneurs traditionnels se concentrent dans des activités certes banalisées sur le plan technologique, mais qui sont majoritairement destinées aux entreprises (mais pas exclusivement car nombre d'entre elles sont à la fois destinées aux particuliers et aux entreprises – assurance, menuiserie, électricité, climatisation, etc.). Enfin, les entrepreneurs technologiques sont des entrepreneurs qui se sont risqués dans des activités nouvelles et/ou qui supposent la valorisation de connaissances de haut niveau (commerce de produits bio-alimentaires, prestations informatiques, etc.).

La majorité des entrepreneurs interrogés se concentre dans le secteur tertiaire (35 sur 42). Ce sont les services aux particuliers qui se taillent la part du lion comme l'indique le tableau ci-dessous. Ces résultats sont tout à fait conformes aux données observées au niveau national :

Répartition sectorielle des entrepreneurs interrogés

Secteur d'activité	Nombre d'entrepreneurs interrogés
Secteur secondaire	7
Secteur tertiaire	35
- services aux particuliers	17
- services aux entreprises	12
- services mixtes	6
Total	42

Nous présenterons les résultats de l'enquête dans un premier temps de manière globale, puis conformément à la définition que nous avons élaborée du capital social, nous distinguerons trois profils d'entrepreneur : l'entrepreneur traditionnel, l'entrepreneur technologique et l'entrepreneur de proximité :

³ Le travail d'enquête et de traitement des données a été en partie réalisé par Mohamed Badi Meliani dans le cadre de son stage de fin d'étude dans le cadre de la préparation du DESS « entrepreneuriat et redéploiement industriel », année universitaire 2002/2003. Cette étude a bénéficié d'une aide financière du Conseil régional du Nord/Pas-de-Calais dans le cadre du Pôle régional de Recherche en Entrepreneuriat.

Entrepreneur et capital social : trois profils

Type	Entrepreneur traditionnel	Entrepreneur technologique	Entrepreneur de proximité
Nombre d'entrepreneur	18	4	20

L'entrepreneur de proximité : à client local, marché local

Activités	entrepreneur de proximité
Commerce de fruits et légumes	1
Boulangerie	1
Institut de beauté	4
Salon de coiffure	2
Commerce ambulant	1
Commerce de meubles	1
Discothèque	1
Commerce de détail	1
Fleuriste et décoration	1
Maroquinerie	1
Commerce de produits alimentaires	2
Prêt à porter féminin	2
Vente d'articles de magie	1
Vente de vêtements	1
Total	20

L'entrepreneur traditionnel : technologie banalisée pour une clientèle d'entreprises locales

Activité	Entrepreneur traditionnel
Ventilation	1
Réparation pompes - compresseur	1
Maintenance industrielle	1
Courtage d'assurances	2
Transport	2
Construction d'organes de transmission	1
Climatisation des chambres froides	1
Electricité	1
Menuiserie	1
Domaine agricole et para agricole	2
Immobilier	1
Laboratoire d'analyse	1
Agencement de magasins	1

Montage et fabrication des flexibles	1
Total	17

L'entrepreneur technologique : une demande à créer

Activité	Entrepreneur entrepreneur technologique
Vente de produits bio-alimentaires	1
Conseil en communication	1
Conseil en audit	1
Prestations informatiques	1
Total	4

2.2 . Présentation du questionnaire

Les entretiens se sont déroulés par téléphone (environ 30 minutes par personne), certains par entretien directs. L'enquêteur s'est déplacé dans l'entreprise. Dans tous les cas, c'est entrepreneur-créateur-proprétaire-dirigeant de l'entreprise qui a été interrogé. Le questionnaire est construit à partir du concept du potentiel de ressources, qui se décompose entre les ressources financières, les connaissances et les relations sociales de l'entrepreneur. Le potentiel de ressources ainsi défini s'inscrit à la fois dans le processus de socialisation de l'entrepreneur (origine sociale et familiale, études, expériences professionnelle), tant en sachant que ce processus s'insère lui-même dans un contexte plus large et multidimensionnel (localisation géographique, situation économique – crise ou croissance –, état des techniques, politiques publiques, etc.). L'objectif de cette enquête est de cerner les motivations de l'entrepreneur selon son potentiel de ressources, afin de déterminer si la création d'entreprise répond à une motivation positive (goût du risque, épanouissement personnel, souci d'indépendance, etc.), ou bien au contraire si la création d'entreprise constitue l'ultime refuge pour échapper au chômage (l'entrepreneur par défaut de M. Casson). Cette question est d'autant plus importante que nous nous situons dans une agglomération géographique et industrielle marquée par une forte tradition industrialo-ouvrière.

Le questionnaire⁴ est composé de quatre parties. La première porte sur les motivations de l'entrepreneur : est-ce par souci d'indépendance, pour saisir une opportunité qu'il a été amené à créer son entreprise ? La deuxième partie focalise notre attention sur le potentiel de ressources de l'entrepreneur, décomposé en capital-financier (épargne personnelle de l'entrepreneur, emprunts, etc.), capital-connaissances (niveau d'études reconnu par des diplômes, expérience professionnelle, période de chômage) et capital-relations (relations familiales, personnelles et institutionnelles). La troisième partie se concentre sur l'entreprise et sur les difficultés auxquelles l'entrepreneur est confronté (concurrence, politiques publiques, etc.). Enfin, nous concluons par l'identité de l'entrepreneur (sexe, âge, origine géographique,) et sur l'entreprise (nature juridique, activité, marché).

⁴ Le questionnaire est donné dans son intégralité à la fin de ce document.

2.3. Créer son entreprise, créer son emploi

Si créer son entreprise, c'est d'abord créer son emploi, l'enquête que nous avons réalisée ne dément pas cette affirmation, mais nous pouvons ajouter sans prendre beaucoup de risques que c'est aussi créer l'emploi des autres⁵. D'un autre côté, en cas de difficultés économiques, la TPE, en raison de sa petitesse, ne dispose pas d'une marge importante en termes de volant de main-d'œuvre à l'image de la grande entreprise. Sa capacité de licenciement est limitée. La proximité des relations entre les salariés et le dirigeants rend sans doute plus difficile (voire délicat) le licenciement. La marge de manœuvre de la TPE est par conséquent très limitée. Si les difficultés s'accumulent la solution à adopter est celle de la fermeture...

La majorité de ces entreprises emploie moins de 5 salariés, et signe encourageant : on comptait en 2001 lors de la création des entreprises 28 entreprises créées sans aucun salarié, en 2003 (au moment de l'enquête) elles n'étaient plus que 13, contre 22 employant entre 1 et 5 salariés. Ce qui signifie clairement que ces entreprises ont créé des emplois (voir tableau ci-dessous). Dans ce cas également, nos résultats ne se distinguent pas des observations nationales⁶ :

Créer son emploi et créer des emplois

Nombre de salariés par entreprise	Nombre d'entreprises lors de la création en 2001	Nombre d'entreprises lors de l'enquête en 2003
Sans salarié	28	13
1-5 salariés	13	22
6-10 salariés	1	4
Plus de 10 salariés	0	3
Total	42	42

2.4. La place des femmes et des services de proximité

Mais, fait significatif par rapport aux observations nationales, la part des femmes créatrices d'entreprise (42%) est beaucoup plus élevée à Dunkerque qu'au niveau national (26%)⁷. Cette évolution est aussi en rupture en comparaison avec le passé dunkerquois où le poids des hommes était beaucoup plus significatif. La majorité de ces femmes ont créé leur entreprise dans les services aux particuliers (petit commerce de détail de vêtement, de fleurs, instituts de beauté – bronzage –, d'ustensiles de cuisine, commerce de laine...), en bref rien de très nouveau en soi (par rapport aux données nationales), mais par rapport au contexte dunkerquois, on peut presque parler de... révolution. Mais, nous avons pu constater le rattrapage des services dans l'agglomération dunkerquoise où le poids de l'industrie est très élevé en raison notamment des efforts qui ont été réalisés dans ce sens par les autorités locales (Charte de développement du Commerce et de l'artisanat commercial).

⁵ Chaque année, selon les statistiques nationales, la création d'entreprises représentent entre 2 et 3% de l'ensemble des emplois salariés et non salariés du secteur marchand. L'impact de la création d'emplois est d'abord important sur l'emploi non salarié (créer son propre emploi), la création d'emplois salariés ayant un impact plus limité au moment de la création. Mais, après trois années d'activité, plus de la moitié des jeunes entreprises conservent la même taille. Voir à ce propos : B. Thirion, E. Demoly, L'impact sur l'emploi des créations d'entreprises, *INSEE PREMIERE*, août 2003.

⁶ A la fin de la décennie 1990, on estimait que plus de 93% des entreprises créées par an employaient entre 0 et 2 salariés. (Source : INSEE)

⁷ La moyenne de l'Europe-19 est d'environ 22% de femmes entrepreneurs.. Source : Observatoire européen des petites et moyennes entreprises.

Les femmes, créatrices d'entreprise

Hommes ou femmes	Nombre d'entreprises	Pourcentage
hommes	22	52,4%
femmes	19	45,2
couple	1	2,4
total	42	100

2.5. L'âge de l'entrepreneur : entre 31 et 50 ans⁸

La majorité de ces nouveaux entrepreneurs est âgée entre 30 et 40 ans. Peu d'entrepreneurs avant 30 ans, en raison de l'allongement de la durée des études, certes, mais aussi parce que la création d'une entreprise passe forcément par l'exercice périlleux de la collecte de capitaux. Le banquier se fait souvent tirer l'oreille et a besoin de garanties que la jeunesse n'est pas toujours en mesure de lui fournir à moins qu'elle n'obtienne le soutien d'un parent ou d'une association d'aide à la création d'entreprise.

L'âge de l'entrepreneur

Age de l'entrepreneur au moment de la création	Nombre d'entrepreneurs
20-30 ans	8
31-40 ans	22
41-50 ans et plus	12
total	42

Il n'y a pas de différence notable en termes de répartition entre hommes et femmes : environ 47,4% des femmes (soit 9 femmes sur 19) qui ont créé leur entreprise étaient âgées entre 31 et 40 ans, le pourcentage pour la même tranche d'âge s'élève à 54,5% pour les hommes (soit 12 hommes sur 22). Ce qui correspond aux observations réalisées au niveau national.

Femmes et hommes entreprennent au même âge⁹

Tranche d'âge	hommes	femmes	couple	total
20-30 ans	3	5	0	8
31-40 ans	12	9	1	22
41-50 ans	5	4	0	9
50 ans +	2	1	0	3
total	22	19	1	42

⁸ Cette observation est également conforme aux observations effectuées au niveau national puisque selon les données publiées à la fin de la décennie 1990, la tranche d'âge la plus fertile en matière de création d'entreprise se situe entre 30 et 40 ans. Source : INSEE

⁹ on notera aussi qu'au niveau national, on n'observe pas de différence notable en termes de taux de survie à trois entre les entreprises « masculines » et les entreprises « féminines ». Source : INSEE

3. FAIBLESSE DU POTENTIEL DE RESSOURCES DES NOUVEAUX ENTREPRENEURS DUNKERQUOIS

3.1. Un faible niveau d'études et l'expérience de l'emploi salarié (ouvrier et employé)

La majorité des entrepreneurs interrogés possède un CAP ou un BEP (19 sur 42), trois sont titulaires d'un Bac technique¹⁰. On dénombre cependant 9 entrepreneurs ayant le niveau BAC+3 ou plus¹¹ :

Un faible niveau d'études

Niveau de formation	Nombre d'entrepreneurs
Sans diplôme	5
CAP/BEP	19
BAC technique	3
BAC général	3
BTS/DUT	4
DEUG	2
BAC +3 et plus	9
total	42

Ce faible niveau de diplôme peut être relié à la nature du produit ou du service offert par les entrepreneurs interrogés. Ce sont des produits ou des services standardisés, traditionnels. L'innovation est inexistante. Il s'agit généralement d'une innovation « à la marge », généralement fonction de la demande du client. Ce qui correspond aux observations réalisées au niveau national.

Cette observation est renforcée par les informations relatives au parcours professionnel des entrepreneurs : 28 entrepreneurs sur 42 étaient employés/ouvriers avant de fonder leur l'entreprise¹². Ce qui correspond aux observations réalisées au niveau national.

Une expérience professionnelle d'employé/ouvrier

Expérience professionnelle	Nombre d'entrepreneurs
Employé/ouvrier	28
cadre	10
Autre (étudiant, chômeur, inactif, etc.)	4
total	42

Les femmes sont relativement moins diplômées (diplômes de formation initiale) que les hommes. : 31,5% des femmes qui ont créé leur entreprise sont titulaires d'un diplôme de formation initiale, contre 45,5% pour les hommes. Sachant que les femmes sont relativement

¹⁰ Au niveau national, les créateurs de TPE sont faiblement diplômés. De plus le taux de mortalité des entreprises qu'ils créent est largement supérieur à celui des entreprises créées par des individus titulaires d'un diplôme BAC plus trois. Source : INSEE.

¹¹ Le niveau de diplôme le plus élevé est le DESS. On ne dénombre aucun docteur parmi les entrepreneurs interrogés.

¹² Au niveau national, on constate également que les employés/ouvriers constituent avec les chômeurs la première catégorie socioprofessionnelle à se lancer dans la création d'une TPE, puis viennent les cadres et les travailleurs indépendants. Mais, le taux de survie à trois ans est particulièrement faible pour les employés/ouvriers (environ 60%), contre plus de 72% pour les cadres. Source : INSEE.

plus touchées par le chômage que les hommes, la création d'une entreprise constitue un moyen d'intégration économique. A cela s'ajoute la question récurrente pour les femmes : la combinaison entre vie privée et vie professionnelle. Or, la création d'entreprise (laquelle se situe fréquemment à proximité du domicile familial) constitue une ébauche de solution¹³.

31,5% des femmes qui ont créé leur entreprise ont un diplôme de formation initiale

	hommes	femmes	couple	total
Diplôme de formation initiale	10	6	1	17
Diplôme de formation professionnelle	8	10	0	18
Expérience professionnelle	4	3	0	7
total	22	19	1	42

Age et diplôme

	20-30 ans	31-40	41-50	50+	total
Diplôme de formation initiale	2	10	2	3	17
Diplôme de formation professionnelle	6	7	4	1	18
Expérience professionnelle	0	4	2	1	7
Total	8	21	8	5	42
En pourcentage	25%	47,6	25	60	40,5

La classe des 31-40 ans, qui est aussi la classe où l'on trouve le plus grand nombre de créateurs, concentre aussi la proportion la plus élevée de diplômés de formation initiale (47,6%). La classe de entrepreneurs âgés de 50 ans et plus se distingue : parmi les entrepreneurs de plus de 50 ans, 60% possèdent un diplôme de formation initiale. Il n'est pas étonnant, dans un contexte d'allongement de la durée des études, de constater que les entrepreneurs âgés de moins de 31 ans n'ont aucune expérience professionnelle. La création de l'entreprise devient effective non seulement après la fin des études, mais aussi à partir du moment où l'individu a acquis une bonne expérience du monde du travail et de l'entreprise.

¹³ Voir à ce propos : S. Boutillier, B. Lestrade (sous la direction de), Le travail des femmes, *Axes d'émancipation*, Coll. L'esprit économique, Editions L'Harmattan, 2004.

3.2. Faible mobilité géographique et professionnelle : Origine dunkerquoise

Origine géographique : Dunkerque

Origine géographique	Nombre d'entrepreneurs
Dunkerque	13
Nord/Pas-de-Calais	28
Hors de la région Nord/Pas-de-Calais	1
total	42

L'écrasante majorité des entrepreneurs interrogés (41 sur 42) sont originaires de l'agglomération dunkerquoise ou du Nord/Pas-de-Calais. On ne compte qu'une seule personne qui est extérieure à la région du Nord/Pas-de-Calais. Cette constatation a deux implications principales : (i) d'abord la création d'entreprises correspond au déficit d'emplois salariés (créer son entreprise, créer son propre emploi). Partir ailleurs pour trouver un emploi salarié n'est pas toujours chose facile en raison des obligations familiales (enfants et emploi du conjoint), mais c'est aussi une aventure coûteuse (la mobilité géographique et professionnelle est généralement inversement proportionnelle au revenu des individus). Elle a aussi peu de chances d'aboutir si l'individu est faiblement diplômé. Ce sont les cadres hautement diplômés qui circulent de filiale en filiale, non les ouvriers ou les employés faiblement qualifiés, or la majorité des entrepreneurs interrogés sont rarement titulaires d'un diplôme supérieur à bac+2. D'un autre côté, créer son entreprise dans une région dont on est natif c'est aussi un moyen de mettre à profit un réseau de relations personnelles et professionnelles, propices à la fois à la collecte des capitaux et la création d'un marché. (ii) Mais, cette caractéristique locale (voire localiste) c'est aussi le signe manifeste de la limite des politiques publiques visant à attirer de grandes entreprises (en particulier dans les secteurs de l'industrie lourde et de la chimie) pour créer des emplois salariés. La concurrence au niveau international est en effet très forte en la matière : avantages fiscaux, main-d'œuvre bon marché, desserte internationale... tous les arguments sont bons.

3.3. Le soutien familial au détriment du soutien institutionnel

Nous avons pu constater à partir de l'enquête nationale que la famille jouait un rôle très important en matière de création d'entreprise, même si la majorité des nouveaux entrepreneurs n'a pas bénéficié de l'expérience d'un parent entrepreneur. La famille apporte certes un soutien financier et matériel, mais aussi et surtout un soutien psychologique et de conseil. D'un autre côté, très peu de créateurs ont bénéficié du soutien d'associations d'aide à la création d'entreprise. Plus de 80% des entrepreneurs interrogés ne sont pas issus d'une famille d'entrepreneur, cependant tous reconnaissent que le soutien familial a été déterminant dans le succès de leur entreprise (préparation de projet, soutien psychologique, collecte des capitaux, création du marché...). On notera cet exemple unique dans l'enquête d'une jeune fleuriste de 22 ans qui a ouvert un magasin grâce au soutien de son père, lequel possède son propre commerce dans une autre localité. Peu d'entrepreneurs ont bénéficié d'aides à la création d'entreprise (14 sur 42). Ceux qui n'en ont pas bénéficié ne l'avaient pas demandé, généralement parce qu'ils étaient par avance effrayés par les démarches administratives à accomplir, mais et souvent non informés. Notons à ce propos que les femmes ont été légèrement plus nombreuses que les hommes à bénéficier d'une aide (8 femmes ont bénéficié d'une aide contre 6 hommes). Est-ce le fruit du hasard ou est-ce parce que les femmes, souvent en raison de leurs obligations familiales, sont plus fréquemment confrontées à l'administration ?

Absence de tradition familiale entrepreneuriale

Tradition familiale entrepreneuriale	Nombre d'entrepreneurs
oui	7
non	35
total	42

Faiblesse des aides institutionnelles

Aides institutionnelles	Nombre d'entrepreneurs
oui	14
non	28
total	42

Les femmes : relativement plus nombreuses à bénéficier des aides institutionnelles

	hommes	femmes	couple	total
Aides institutionnelles	6	8	0	14
Absence d'aides institutionnelles	16	11	1	28
total	22	19	1	42

Bien que l'entrepreneur dunkerquois ne soit pas issu d'une lignée d'entrepreneurs, et en dépit de la faiblesse des soutiens institutionnels dont il bénéficie (ou dont il ne bénéficie pas), il ne crée pas son entreprise en l'absence de tout soutien. Le voudrait-il, le pourrait-il, la vocation de l'entreprise étant de vendre. Nous avons ainsi pu constater que l'entrepreneur prépare avec minutie la création de son entreprise grâce à un important réseau de relations à la fois personnelle (amis notamment) et professionnelles :

Constituer son réseau

Existence d'un réseau de relations personnelles et professionnelles	Nombre d'entrepreneurs
oui	22
non	20
total	42

Ce réseau constitué par les relations personnelles, professionnelles, parfois professionnelles de l'entrepreneur lui permet de contourner d'une part la faible de son apport initial, de son expérience entrepreneuriale, mais aussi la faiblesse du soutien institutionnel. Nous avons pu constater l'importance du réseau entrepreneurial au niveau national, en particulier en termes de relations professionnelles et personnelles.

Il est de bon ton de dire dans le département du Nord que le nombre d'institutions et/ou de conseillers à la création d'entreprise est plus élevé que le nombre de créations. Dans cette enquête, nous avons pu constater qu'une majorité d'entrepreneurs avait sollicité les services d'un comptable plutôt que de faire appel à une association d'aide à la création. Mais, sans

doute est-ce la conséquence à la fois de l'âge relativement mûr des entrepreneurs considérés, outre leur expérience professionnelle.

L'aide indispensable du comptable

Aide au moment de la création	Nombre d'entrepreneurs
Un comptable	28
Une boutique de gestion (ex. Flandre création)	12
Une association (ex. Pivot, Egée, etc.)	2
Une pépinière du littoral	6
Un club de créateur	4
total	42

Cette aide extérieure est indispensable car nombre d'entrepreneurs créent sans associés (23 sur 42). Cette observation est également conforme aux observations réalisées au niveau national : la création d'entreprise se présente comme une aventure solitaire. Rappelons que G. Gilder¹⁴ se plaisait à citer le grand sidérurgiste américain Carnegie, qui se vantait de ne rien connaître de la technologie de l'acier. Carnegie aurait fait écrire l'épigraphe suivant sur sa tombe : « ci-gît l'homme qui sut s'entourer de personnes plus intelligentes que lui ». le petit entrepreneur semble rencontrer des difficultés pour s'entourer de personnes plus intelligentes que lui. Est-ce en raison de son faible potentiel de ressources ? en particulier de la faiblesse de son capital-relations ?

Créer sans associés

Créer l'entreprise	Nombre d'entrepreneurs
seul	23
avec des associés	19
total	42

La proportion de femmes créant leur entreprise avec un associé (ou plusieurs) est plus faible que la proportion d'hommes créant leur entreprise avec un associé (ou plusieurs) : 7 femmes sur 19 créent leur entreprise avec un ou plusieurs associés (soit 36,8% du nombre total de femmes créant leur entreprise). 12 hommes sur 22, soit 54,4% créent leur entreprise avec un associé (ou plusieurs). Le couple a créé son entreprise sans associés, sans doute parce que leurs compétences respectives se complètent.

Les femmes sont relativement plus nombreuses à créer seules leur entreprise que les hommes

	hommes	femmes	couple	total
Sans associés	10	12	1	23
Avec associés	12	7	0	19
total	22	19	1	42

L'âge ne semble pas être un facteur déterminant en la matière : on constate une certaine volatilité des résultat :

¹⁴ G. Gilder, *L'esprit d'entreprise*, Fayard, 1985, traduction de l'anglais.

Age du créateur et associés

	20-25 ans	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	50+	total
Sans associés	3	0	4	8	3	2	2	22
Avec associés	1	3	7	3	2	3	1	20
total	4	3	11	11	5	5	3	42

Le facteur capital pose toujours problème. Comment financer la création d'entreprise ? La majorité des entrepreneurs y ont donc répondu sans soutien extérieur, par l'épargne personnelle.

L'ensemble des réponses recueillies nous permet de distinguer dans le capital relation de l'entrepreneur, d'une part tout ce qui est du ressort de l'informel, en d'autres termes tout ce qui ne fait pas l'objet d'une relation marchande (le fait appartenir à une famille d'entrepreneur, le fait de s'être appuyé sur un réseau de relations pour créer son entreprise...) et d'autre part tout ce qui ressort des relations institutionnelles (aide de l'ex-employeur, d'un comptable, d'un boutique de gestion, d'une association d'aide à la création d'entreprise... Le poids relatif du capital relations informel est relativement élevé, puisqu'il représente plus de 27% des réponses possibles¹⁵. Nous considérons ce pourcentage comme relativement important dans un contexte où l'Etat multiplie les structures d'aide à la création d'entreprise. Mais, nous pouvons également considérer que la création institutionnelle a pour objectif de favoriser le développement de relations de coopération informelles et formelles, comme l'illustre dans la première partie de cette étude la politique de la Banque mondiale visant à développer la propension des individus à s'associer.

Les relations sociales de l'entrepreneur, entre informel et institutions

	hommes	femmes	couple	total
relations sociales informelles				
Famille d'entrepreneurs	5	2	0	7
Réseau de relations personnelles et professionnelles	13	9	0	22
relations sociales formelles				
Aide de l'ex-employeur	3	2	0	5
Aide d'un comptable	15	12	0	27
Aide d'une boutique de gestion	5	5	0	10
Aide d'une association	4	3	1	8

¹⁵ Les personnes interrogées avaient la possibilité de donner plusieurs réponses.

d'aide à la création d'entreprise				
Aide d'une pépinière d'entreprise, d'un club de créateur..	5	2	0	7
Aide des associés	10	9	1	20
Total	60	44	2	106

Le poids relativement faible des entrepreneurs issus d'une famille d'entrepreneurs s'inscrit dans le contexte économique et social décrit plus haut, marqué par la grande industrie et l'emploi ouvrier. Dans ce contexte, la création d'un réseau de relations personnelles et professionnelles (généralement créé dans le cadre professionnel, donc des relations de travail) se substitue à l'absence de tradition familiale entrepreneuriale. D'un autre côté, on peut supposer que la politique publique a précisément pour objectif de créer un cadre institutionnel, soutien indispensable à la création de nouveaux types de comportements sociaux, répondant à la question fondamentale de notre étude : comment passer de la société salariale à la société entrepreneuriale ?

3.4. Le financement de la création d'entreprise : l'importance de l'épargne personnelle

Le poids de l'épargne personnelle

Moyens de financement	Taux de réponse
Biens immobiliers	16,4%
Héritage et participation familiale	15
Epargne personnelle	47,5
Un prêt bancaire	21,1
Total	100

L'épargne personnelle constitue la principale source de financement de la création d'entreprise, puis vient le prêt bancaire en deuxième source de financement, mais les relations entrepreneurs-banquiers restent teintées de méfiance. Même constat qu'au niveau national.

3.5. Accomplissement personnel contre nécessité économique

Pourquoi devenir entrepreneur dans une société où plus de 80% des emplois sont des emplois salariés ? Est-ce par goût du risque et esprit d'initiative ? Est-ce pour échapper au chômage ? Les économistes sont généralement partagés sur cette question. D'un autre côté, l'enquête réalisée au niveau national a mis en lumière que l'indépendance et le goût d'entreprendre étaient les principales motivations des créateurs. Les résultats de l'enquête réalisée à Dunkerque (outre ceux de l'enquête nationale) tendraient à donner raison aux premiers : créer son entreprise est un moyen d'accomplissement personnel. Seuls 5 entrepreneurs sur 42 ont déclaré avoir créé leur entreprise pour raisons économiques. Est-ce par pudeur ? C'est probable. Ce résultat est également conforme aux observations nationales.

Les motivations du créateur d'entreprise

Motivations de l'entrepreneur	Nombre d'entrepreneurs
indépendance	19
Raisons économiques	5
Opportunité	11
Accomplissement personnel	22
Autres (expansion, envie de faire, reprise, perte d'emploi...)	7
Total	42

En dépit des moyens importants qui ont été affectés à la promotion de la création d'entreprise tant au niveau national que régional, l'entrepreneur bénéficie rarement de soutiens institutionnels pour mener son projet à terme. La famille et l'épargne personnelle constituent les vecteurs principaux grâce auxquels l'entrepreneur réunit les capitaux dont il a besoin. Dans le cadre par définition limité d'une activité de proximité (services à la personne), les réseaux personnels de l'entrepreneur (relations familiales, personnelles et professionnelles) suppléent aux carences institutionnelles, d'autant tous les entrepreneurs interrogés partagent la même aversion pour l'Etat, perçu comme un frein plutôt qu'un stimulant à la création d'entreprise : l'Etat est d'abord perçu comme en tant que collecteur d'impôts, mais aussi comme créateur d'une réglementation restrictive et non comme un soutien de l'activité entrepreneuriale. A ce titre, il est tout à fait significatif de souligner qu'aucun parmi les entrepreneurs interrogés a signalé l'influence des mesures politiques économiques que ce soit comme facteur de déclenchement de la création ou bien comme élément ayant précipité la création d'entreprise. L'entrepreneur se présente telle une sorte de créateur solitaire !

Le tableau ci-dessous regroupe les motivations de l'entrepreneur avec la source de financement utilisée pour réaliser son projet. Il en ressort que l'accumulation d'une épargne personnelle s'inscrit dans un projet de moyen ou long terme de création d'entreprise en raison des deux grands types de motivation qui ont amenés les individus considérés à créer leur entreprise (la recherche de l'indépendance et l'accomplissement personnel). Dans ces conditions, il n'est pas possible de parler de pudeur des entrepreneurs interrogés, mais de la réalisation d'un projet mûrement réfléchi et préparé.

Epargne personnelle, indépendance et accomplissement personnel¹⁶

	Biens immobiliers	Héritage	Epargne personnelle	Prêt bancaire	Total
indépendance	6	2	12	2	22
Raisons économiques	2	1	2	1	6
opportunité	2	0	8	4	14
Accomplissement personnel	6	1	14	4	25
Autres (pertes d'emploi, envie de faire, etc.)	2	3	0	2	7

¹⁶ Plusieurs réponses étaient possibles à la fois pour l'origine du financement et pour les motivations de la création d'entreprise.

Total	18	5	41	13	77
-------	----	---	----	----	----

Pour les femmes comme pour les hommes, l'indépendance et l'accomplissement personnel constitue les principales motivations de la création d'entreprise, à un iota près : les femmes sont relativement plus nombreuses à déclarer qu'elles ont créé leur entreprise pour raison d'accomplissement personnel :

Indépendance et accomplissement personnel, pas de différence entre les hommes et les femmes¹⁷

	hommes	femmes	couple	total
indépendance	12	7	0	19
Raisons économiques	4	0	1	5
Opportunité	4	6	1	11
Accomplissement personnel	12	10	0	22
Autres	4	3	0	7
Total	36	26	2	64

L'entrepreneur, de ce début de siècle à Dunkerque, crée son entreprise à la fois pour être indépendant et pour des raisons personnelles, d'estime de soi, de volonté de faire. L'indépendance est ici l'indépendance vis-à-vis de la hiérarchie de l'entreprise. Or, une proportion importante d'entrepreneurs a connu la discipline de l'entreprise et/ou a par le passé dirigé une autre entreprise. Tous (ou presque) connaissent la discipline qu'impose le travail collectif. De part leurs racines ouvrières, ces populations restent très fortement marquées par le travail. Cette image est particulièrement forte chez les hommes, mais elle tend aussi à s'affirmer chez les femmes qui cherchent à conquérir leur autonomie au sein de la société, sans pour autant renoncer à ce qui constitue le fondement de leur identité : la maternité. Nous le constatons au travers cette enquête : les motivations de création pour les hommes et les femmes sont les mêmes. Cette constatation est importante car elle atteste pour des femmes de culture ouvrière d'une certaine convergence de destin avec celui des hommes. Les femmes conquièrent peu à peu le droit de vivre en dehors de la sphère familiale. O. Schwartz souligne dans son étude très fouillée du Monde privé des ouvriers à quel point les identités sexuelles sont affirmées dans le monde ouvrier. Il explique que les femmes trouvent dans ces représentations « un accès sans équivalent à la maîtrise d'un espace et à la projection d'une image de soi. Les canons de la virilité et de la féminité ne se laissent relativiser que si les individus peuvent les échanger contre d'autres modes d'être socialement légitimes : c'est précisément ce qui ne va pas de soi dans les catégories ouvrières. La fidélité de celles-ci à leurs systèmes d'identité sexuelles apparaît comme une protection contre la défaillance ou l'insuffisance des autres marques identitaires »¹⁸. De l'autre côté, le travail un « fondement essentiellement des légitimités masculines. Il est le terrain d'accès à une forme de reconnaissance sociale »¹⁹. La création d'entreprise, pour ces femmes issues d'un milieu ouvrier, constitue-t-elle un moyen d'émancipation ; d'émancipation limitée puisqu'elles

¹⁷ Plusieurs réponses étaient possibles.

¹⁸ O. Schwartz, *op. Cit*, pages 206-207.

¹⁹ O. Schwartz, *op. Cit*, page 287.

créent majoritairement dans les services de proximité qui constituent le prolongement direct de la sphère domestique. Ajoutons à cela que la création d'entreprise par ces femmes s'inscrit dans un contexte de chômage structurel (en particulier du chômage ouvrier) remettant partiellement en cause la légitimité masculine sur laquelle s'inscrivent les hommes dans le milieu ouvrier.

CONCLUSION

En étudiant l'économie dunkerquoise, économie marquée par un passé industriel bien particulier (importance des grandes entreprises et du salariat ouvrier), nous avons été amenés à montrer les difficultés auxquelles se heurtent les autorités publiques locales pour transformer une logique socio-économique âgée de plusieurs décennies. Comment passer d'une logique salariale à une logique entrepreneuriale ? La question se pose avec d'autant plus d'acuité dans une économie dominée pendant plusieurs décennies par le travail ouvrier. Pendant plusieurs décennies l'usine et le travail posté ont rythmé la vie de plusieurs milliers de travailleurs et au travers ces derniers de familles. Créer son entreprise, c'est souvent dans la conception ouvrière passer de « l'autre côté », en dépit de la faiblesse du capital investi, des journées de travail interminables, et aussi de l'insécurité permanente dans laquelle vit le petit entrepreneur.

Nous considérons que l'on ne peut appréhender la question de la création d'entreprise à Dunkerque sans revenir sur ce passé ouvrier. A partir des travaux d'O.Schwartz et de M. Verret, le comportement de l'entrepreneur dunkerquois devient moins opaque : la discipline de travail a été érigée en discipline de vie. D'un autre côté, l'entrepreneur dunkerquois (passé ouvrier oblige) est rarement issu d'une famille d'entrepreneurs. Pourtant, la famille lui apporte souvent capitaux et clientèle. Mais, les valeurs ouvrières sont aussi remises en question par la participation de plus en plus forte des femmes. Le recul de l'industrie lourde à Dunkerque explique sans doute en partie la part de plus en plus active que les femmes jouent parmi les créateurs d'entreprise. Nous avons aussi souligné la part relative de plus en plus importante des services à la personnel ; secteur d'activité qui constitue en quelque sorte un prolongement des activités féminines dans la sphère domestique (soins aux personnes quel que soit leur âge). Homme ou femme, le potentiel de ressources (ressources financières, connaissances, relations sociales) du petit entrepreneur dunkerquois est faible : des études courtes (souvent compensées par l'expérience professionnelle (souvent ouvrière, parfois comme dirigeant d'entreprise ou de cadre), peu de moyens financiers (effectifs ou potentiels) – problème d'accès au crédit bancaire et aux aides institutionnelles qui lui sont souvent inconnues – , peu de relations, sauf des proches et la famille. Le petit entrepreneur agit souvent seul. Il n'a pas d'associés ou rarement. Il développe son activité principalement dans les secteurs des services aux entreprises et/ou aux particuliers. Son produit ou son service ne sont pas innovants. Sa gamme de produits/services est peu étendue, mais il sait s'adapter sans trop de problèmes aux exigences du client. Fort critique vis-à-vis de l'Etat, bien que nouvellement sorti de la classe ouvrière, il se plaint à critiquer l'Etat-providence qui entretient selon ses dires la paresse et l'oisiveté. L'Etat doit réduire la ponction fiscale et laisser les entrepreneurs agir. Tel est en substance le message, qui ne peut que rendre perplexes les responsables politiques qui multiplient les mesures pour favoriser la création d'entreprises, pour passer de la société salariale à la société entrepreneuriale. La faiblesse du potentiel de ressources de l'entrepreneur dunkerquois n'est cependant pas exceptionnelle. L'étude des créateurs d'entreprises au niveau national conduit à mettre en évidence les mêmes caractéristiques. Les difficultés sociales et économiques actuelles conduisent nombre d'individus à créer leur entreprise pour échapper au chômage. Ce comportement est encouragé par des mesures incitatives. La question fondamentale est donc bien celle du passage d'une logique salariale vers une logique entrepreneuriale. Le développement du salariat de masse depuis les années 1950-1960 correspondait aux besoins des grandes entreprises qui développaient alors leurs activités sur une échelle de plus en plus importante pour satisfaire une demande en constante augmentation (selon le modèle dit fordiste). La crise

économique remet en cause ce schéma qui a nourri le processus de croissance des « trente glorieuses ».

Bibliographie

BANQUE MONDIALE (2000), *Combattre la pauvreté. Rapport sur le développement dans le monde 2000-2001*.

BAUMOL W.J, (2004), Entrepreneurial enterprises, Large established Firms and other components of the free-Market Growth Machine, *Small Business Economics*, Août, Vol 23, N°1.

BECKER G., (1964) *Human Capital : A Theoretical and Empirical Analysis, With Special reference to education*, New York, Columbia University Press for the NBER.

BOURDIEU P. (1980), Le capital social, *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n°31.

BOUTILLIER S., LAPERCHE B., UZUNIDIS D., (2004) Le « Potentiel de ressources » de l'entrepreneur et le « carré organique de la création d'entreprises », *Eléments de réflexion à partir du cas français*, SASE, Juillet, Society for the Advancement of Socio-Economics.

BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1995), *L'entrepreneur, une analyse socio-économique*, Economica.

BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1998), De l'entrepreneur héroïque à l'entrepreneur socialisé, les métamorphoses de la petite entreprise, *Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation*, N°8.

BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (1999), *La légende de l'entrepreneur*, Syros-La Découverte.

BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2003), L'aliénation de l'entrepreneur. De la société salariale à la société entrepreneuriale, <http://www.sase.org>.

BOUTILLIER S., UZUNIDIS D. (2004), La création d'entreprises dans une région industrielle en reconversion. Essai de réflexion à partir du « Potentiel de Ressources », Quatrièmes Journées de la Proximité, Proximité, réseaux et coordination, IDEP – GREQAM–LEST et le groupe de recherche « Dynamiques de proximité », Marseille, 17 et 18 juin.

BOUTILLIER S., L'ENTREPRENEUR DANS UNE REGION INDUSTRIELLE EN RECONVERSION. ENSEIGNEMENTS THEORIQUES A PARTIR D'UNE REFLEXION CRITIQUE SUR LE CONCEPT DE CAPITAL SOCIAL. L'ENTREPRENEUR TRADITIONNEL, L'ENTREPRENEUR TECHNOLOGIQUE, L'ENTREPRENEUR DE PROXIMITE, ULCO-Lab.RII, Conseil Régional du Nord/Pas-de-Calais, mai 2004.

BOUTILLIER S., (2005), Du capital social au potentiel de ressources : société entrepreneuriale, *Quid de l'économie sociale*, 5^{ème} rencontres Inter-Universitaires d'économie sociale et solidaire, Marseille, 11-12 mai.

- BRAUDEL F. (1985), *La dynamique du capitalisme*, Arthaud.
- BURT R. (1995), Le capital social, les trous structureaux et l'entrepreneur, *Revue française de sociologie*, XXXVI.
- CANTILLON R. (1997), *Essai sur la nature du commerce en général*, Institut National d'Etudes Démographiques.
- CASSON M. (1991), *L'entrepreneur*, Economica.
- CASTELLS M. (2001), *La société en réseaux, L'ère de l'information*, tome 1, Fayard.
- CHANDLER A. (1979), *La main visible des managers*, Economica.
- COLEMAN J. (1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge University Press.
- DAVIDSSON P., HONIG B. (2003), The role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, n°18, mai.
- GALBRAITH J. K. (1968), *Le nouvel état industriel*, Gallimard.
- GASSE Y., DIOCHON M., MENZIES V. T., (2004) Les entrepreneurs émergents dont l'entreprise est devenue opérationnelle et les autres : comparaisons lors de la conception du projet d'entreprise, *Journal of Business and Entrepreneurship*, vol 17, n°2.
- GAZIER B. (2003), *Tous « sublimes »*, Flammarion.
- GILDER G. (1985), *L'esprit d'entreprise*, Fayard.
- GRANOVETTER M. S., (2000), La force des faibles, dans Granovetter M. S., *Le marché autrement*, Desclée de Brouwer. Première publication de l'article « La force des faibles » en anglais en 1973.
- MACAULAY S. (1963), Non-Contractual Relations in Business, *American Economic Review*.
- MARCHESNAY M. (2000), L'entrepreneur face à ses risques, *Innovations, Cahiers d'économie de l'innovation*, N°12.
- MUSTAR PH., PENAN H., (sous la direction de) (2003), *Encyclopédie de l'innovation*, Economica.
- OCDE (2001), *Du bien-être des nations, le rôle du capital humain et social*, OCDE.
- PINÇON M., PINÇON-CHARLOT M. (2000), *Sociologie de la bourgeoisie*, Coll. Repères, La découverte.
- PINÇON M., PINÇON-CHARLOT M. (1998), *Les grandes fortunes : richesses, patrimoine, culture et mondanités*, Payot.

PUTMAN R. (1995), Bowling Alone : America's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, N°6.

RIEG CH., (2004) Forte hausse des créations d'entreprise en 2003, *INSEE PREMIERE*, N°944, janvier.

SAY J.-B., (1996), *Cours d'économie politique*, GF-Flammarion .

SCHUMPETER J. A (1979), *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot.

SCHUMPETER J.A. (1935), *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz.

SHANE S., (2003), *A general Theory of Entrepreneurship, The individual-opportunity Nexus*, Edward Elgar.

SIMON H. A., (1947), *Administrative Behavior*, MacMillan.

SMITH A. (2002), *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*, G-F Flammarion.

STEYAERT CH., HJORTH D. (sous la direction de), (2003), *New movements in Entrepreneurship*, Edward Elgar.

UZUNIDIS D. (sous la direction de), (2004), *L'innovation et l'économie contemporaine, Espaces cognitifs et territoriaux*, Collection « Economie-société-région », de Boeck.

VERRET M., (1979), *L'espace ouvrier*, Collection « Logiques sociales », L'Harmattan.

WALRAS L. (2000), *Oeuvres complètes*, Economica.

WEBER M. (1964), *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Plon.

Université du Littoral Côte d'Opale
Programme sur l'entrepreneuriat du Conseil Régional du Nord/Pas-de-Calais
Responsable : Sophie Boutillier
Tel 03 28 23 71 34,
boutilli@univ-littoral.fr
<http://www-heb.univ-littoral.fr/rij>

GUIDE D'ENTRETIEN
LE PROFIL DU CREATEUR D'ENTREPRISE SUR LA REGION DUNKEQUOISE

I - MOTIVATIONS

Quelles sont les raisons qui vous ont incité à créer votre entreprise ?	
Volonté d'indépendance	
Raisons économiques	
Créer votre emploi	
Accomplissement personnel	
Saisir une opportunité inattendue	
Autres (préciser)	

Combien de temps s'est passé entre l'idée de la création et la création effective ?

1 mois	
Moins de 6 mois	
Un an	
Plusieurs années	

II - LE CAPITAL SOCIAL DU CREATEUR DUNKERQUOIS

Capital-connaissances (expérience et formation du créateur)

<p>Formation initiale Etudes, diplômes</p> <p>Avez-vous fait des études dans la région dunkerquoise ?</p> <p>A l'université du Littoral ?</p>	
<p>Parcours professionnel</p> <p>Avez-vous été salarié avant de créer votre entreprise ?</p> <p>Si oui dans quel domaine ?</p>	

Capital-financier

<p>Comment avez-vous financé la création de votre entreprise ?</p>	
<p>Par votre propre épargne</p> <p>Avec l'aide de proches (famille, amis, etc.)</p> <p>Aides à la création d'entreprises</p> <p>Si oui en quoi vous ont-elles aidé ? Achats de matériels de locaux Autres (à préciser)</p>	

Capital-relations

Vos parents sont-ils entrepreneurs ?	
Votre famille vous a-t-elle soutenu dans votre projet ? soutien financier ? moral ? matériel ? Votre conjoint vous a-t-il aidé ? Travaille-t-il avec vous dans l'entreprise ?	
Vos amis vous ont-ils soutenu dans votre projet ? soutien financier ? moral ? matériel ?	
Avez-vous utilisé votre réseau professionnel ?	
Votre ancien employeur vous a-t-il aidé ? Si Oui comment :	
Avez-vous fait appel au moment de la création à : <ul style="list-style-type: none">- un comptable- une boutique de gestion- une association- une pépinière d'entreprises- un club de créateurs Si Oui quel type d'aide avez-vous obtenu ? Conseils Préparation du dossier Aides financières, pratiques Soutien moral Compétences	
Avez-vous créé avec un ou plusieurs associés ? Si Oui sont-ce des personnes que vous connaissez de longue date ?	

III - LES FACTEURS DE PERENNISATION DE L'ENTREPRISE

Facteurs internes

Rencontrez-vous des difficultés dans votre entreprise ? Si Oui de quelle nature ? Comment les surmontez-vous ?	
Avez-vous créé des emplois depuis la création de votre entreprises ? Si Oui combien ?	

Facteurs externes (aides de l'État, le marché, l'amélioration de la production, innovation stratégie commerciale)

Etes-vous confiant dans l'avenir de votre entreprise ?	
Précisez	
Pensez-vous que les barrières administratives à la création d'entreprise soient trop importantes ? Pensez-vous que l'intervention de l'Etat est trop forte ?	

Quelles sont les mesures qui permettraient dans la région dunkerquoise de favoriser la création d'entreprises ?

L'IDENTITE DU CREATEUR

Personnel

Homme ou femme	
Age au moment de la création de l'entreprise	
Etes-vous originaire de la région dunkerquoise ?	

L'entreprise

Structure juridique de votre entreprise	
Secteur d'activité de votre entreprise	
Quel est votre marché ? Particuliers Entreprises	

Merci de votre coopération

