

Proximité, entrepreneurs et Milieux Innovateurs

du modèle SOC au chaînon manquant

Dimitri UZUNIDIS
Sophie BOUTILLIER

Mercredi 18 novembre 2009

Location des entreprises et performance des territoires
EconomiX – Université de Paris Ouest Nanterre La Défense

Laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation – Université du
Littoral Côte d'Opale

Réseau de recherche sur l'innovation

La question

- « L'économie territoriale »: niveau géographique et économique
 - d'organisation de la production;
 - de la réalisation de nouvelles combinaisons productives;
 - d'attractivité d'investissements ou de création d'entreprises



ce qui donne le modèle S.O.C (spatiale, organisationnelle, cognitive).

- Comment les ressources et les relations de proximité contribuent-elles à la performance des entreprises?
- Comment les entreprises « utilisent » -elles cette proximité dans leurs stratégies d'innovation et de croissance?
- ... Que signifie le terme « proximité »?
- Ces questions nous conduisent à nous interroger sur la réalité de l'entreprise (organisation) et de l'entrepreneur (en tant que fonction économique – innovation). Selon les économistes, elle est définie comme une fonction de production, une organisation, un ensemble de ressources, un nœud de contrats, le produit de la stratégie d'un acteur (l'entrepreneur). L'entrepreneur est aussi conçu non comme un individu, un agent économique, mais comme une fonction économique (innovation).
- Notre objectif est d'établir le rôle de l'entrepreneur dans une dynamique de proximité que nous définissons comme le « chaînon manquant » entre des politiques macroéconomiques visant à favoriser l'innovation et la création d'entreprises innovantes. Nous serons ainsi amenés à transposer le concept d'externalité à la théorie de l'entrepreneur. Celui-ci crée un réseau d'externalités qui favorise la création de nouvelles idées et de nouveaux marchés (Minniti, 2005; Facchini, 2007). Ce réseau d'externalités permet à l'entrepreneur d'extraire les ressources dont il a besoin pour en créer de nouvelles ressources (cf. potentiel de ressources de l'entrepreneur (Boutillier, Uzunidis, 1995, 1999).

Le plan de notre intervention sera le suivant :

1. *Modèle SOC (proximité spatiale-organisationnelle-cognitive*

1.1. *Proximité spatiale*

1.2. *Proximité organisationnelle*

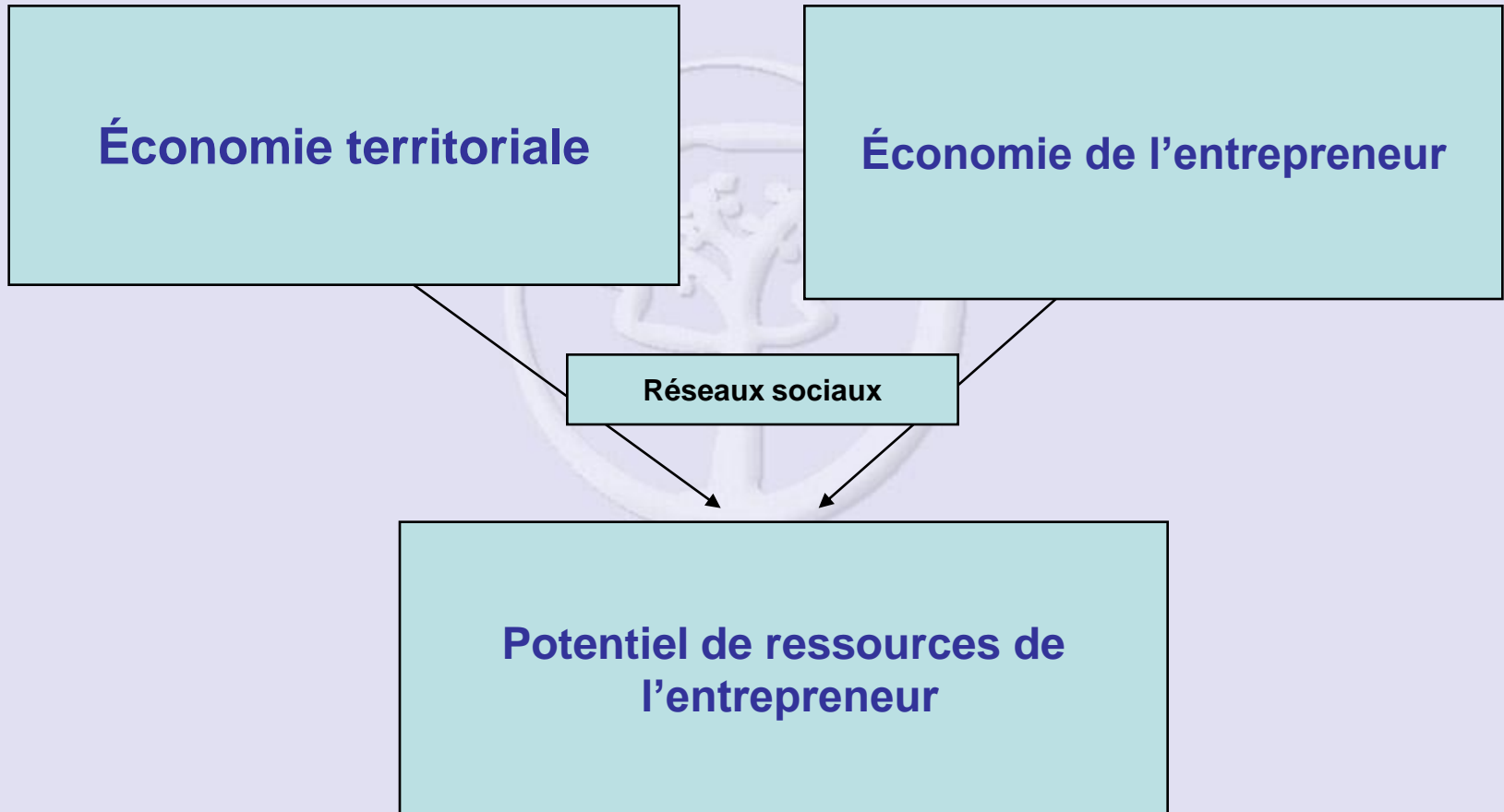
1.3. *Proximité cognitive*

2. *Économie de l'entrepreneur, le chaînon manquant de l'innovation (localisée)?*

3. *Le potentiel de ressources (PR) de l'entrepreneur et la proximité*



Schéma méthodologique



1. Modèle SOC (proximité spatiale-organisationnelle-cognitive)

Notion développée par la géographie économique:

- proximité géographique (distance),
- proximité économique (relations),
- proximité organisationnelle (normes, comportements) =
Approfondissement théorique:

Des ***effets externes*** produits par le territoire sur les relations entre les entreprises, ainsi que sur les autres acteurs (verticales et/ou horizontales -*supply chains*-formant ensemble une niche de compétitivité) : effets externes à partir d'A. Marshall, 1919 et même avant Von Thunen et Weber (ressources spécialisées, information)

Des ***effets d'agglomération*** produits par le regroupement spatial d'entreprises (Walter Isnar, 1956) : population, infrastructures, services aux entreprises...

1.1. Proximité spatiale

- Milieu innovateur, cluster: désigne le plus souvent la capacité d'une économie locale à engendrer des innovations *via* :
 - l'émergence de nouvelles entreprises et
 - la localisation d'entreprises existantes dans sa zone géographique, là où la valorisation industrielle de la recherche organise la création de petites entreprises innovantes.
- L'économie locale se présente comme un *système territorialisé de valorisation de capitaux, de production et d'échanges*. Sa caractéristique première est la formation et la mise en valeur des ressources spécifiques et la réalisation des combinaisons particulières de ces ressources spécifiques.
- Une telle approche intègre :
 - a) les relations inter-entreprises;
 - b) les dimensions « distance »;
 - c) l'intervention des acteurs institutionnels

Quelques Références

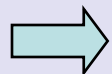
- Acs Z. (2001), *Regional Innovation, Knowledge and Global Change*, Continuum, London
- Storper M. (1992), The Limits to Globalization: Technology Districts and International Trade, *Economic Geography*, 68
- Den Hertog P., Bergman E. Remoe S. (2001) *Innovative Clusters: Drivers of National Innovation Systems (Enterprise, Industry and Services)*, OCDE
- Bellet M., Kirat T., Langeron C. (1998), *Approches multiformes de la proximité*, Hermes
- M. Bellet M., L'Harmet C. (eds.) (1998), *Industry, Space and Competition*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Gilly JP., Torre A. (2000), *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan
- Dupuy C., Burmeister A. (2003), *Entreprises et territoires: les nouveaux enjeux de la proximité*, La Documentation Française

1.2. Proximité organisationnelle

- Analyser des processus de concentration et de déconcentration des structures de la firme, puis de localisation des activités de propriété et/ou de contrôle.
- La théorie contractualiste (Williamson, Klein, etc.) et les théories des coûts de transaction ou des droits de propriété ne peuvent à elles seules expliquer l'évolution de la structure de la firme.
- A partir des thèses de Coase, de Marshall et de Richardson nous réalisons une *synthèse* qui permet d'analyser comment la division du travail opère et comment le changement se transmet entre la firme et l'industrie.
- Les firmes déconcentrées mettent en œuvre pour assurer leur cohésion (coordination) des pratiques de gouvernance fondées sur la spécialisation des tâches (division du travail entre unités dépendantes) qui vont au-delà de la propriété des actifs.

- Le principal apport de cette démarche : *considérer l'environnement de l'entreprise comme un ensemble de ressources qui relie les différentes composantes de la firme séparées verticalement ou horizontalement par la division du travail → l'environnement des firmes (quelle que soit leur taille) n'est pas une donnée naturelle. Il est le produit de décisions prises par les acteurs économiques.*
- La proximité organisationnelle ne se limite pas aux firmes et aux stratégies qu'elles développent pour capter de nouvelles ressources, elle émane aussi des institutions (publiques pour une large part) qui interviennent pour stimuler ou accompagner la création d'entreprises.

- Les *possibilités de gestion déconcentrée* dont la firme dispose sont liées aux effets d'agglomération : externalités de communication, externalités d'information, effets de Krugman (offre de diversité, largeur du marché du travail), effets de l'intégration internationale via la baisse des coûts de transaction, rendements croissants d'adoption.
- Management combiné :
 - de la *nature centripète* de la localisation (regroupement des activités pour exploiter les économies d'échelle) et
 - de sa *nature centrifuge* (dispersion dans l'espace pour réduire les coûts de transaction)



profiter des avantages compétitifs du site/bénéficiaire des économies externes générées par l'agglomération des ressources

Quelques Références

- Bain J. S. (1939), *Industrial Organization*, J. Wiley, New York.
- Coase R. H. (1937), The Nature of the Firm, traduction française dans *Revue Française d'Economie*, vol. II, n°1, 1987.
- Gaffard J. L. (2003), Coordination, marché et organisation, *Revue de l'OFCE*, n°85.
- Marshall A. (1919), *Industry and Trade*, MacMillan, Londres.
- Isard W. (1956), *Location and Space-Economy*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Krugman P. R. (1991), *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Richardson G. B. (1972), The organisation of Industry, *The Economic Journal*, vol. 82, n°327, September.
- Williamson A.O. (1986), *Economic Organisation: Firms, Markets and Policy Control*, Wheatsheaf Books, Brighton.

1.3. Proximité cognitive

- Introduction de la notion de *proximité cognitive* (Nooteboom, 2001 ; De la Mothe, 2001). Celle-ci renvoie au partage plus ou moins formalisé d'expériences, représentations, codes, langages, modèles qui résulte de, et facilite dans le même temps, la communication de toute information au sein des organisations → rendu possible et en interaction avec un réseau dense de relations sociales.
- Flux de communication interne ou externe à la firme:
 - interactions internes aux unités, mais aussi
 - interactions externes (avec les autres services ou unités de l'entreprise et
 - avec l'environnement (autres entreprises ou institutions publiques).
- Facilitée par la proximité *spatiale* et la *proximité organisationnelle*: *learning by learning*, communautés de pratique...

Quelques Références

- Cohen W. M., Levinthal D. A. (1990), Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, 35.
- De la Mothe J., Foray D. (eds) (2001), Knowledge Management in the Innovation Process, Kluwer, Boston.
- Nooteboom B. (2002), A cognitive theory of the firm, *Paper for ESNIE workshop Alternative Theories of the Firm*, Paris, November.
- Tidd J., Bessant J., Pavitt K. (2005), *Managing innovation*, J. Wiley and Sons, Chichester.

Proximité	Paramètres	Domaine d'action et enjeu
<i>Spatiale</i>	Distance / vitesse	Déplacement : flux
<i>Organisationnelle</i> <i>intra- et inter-organisationnelle</i>	Institutions publiques et parapubliques / marché Intra-firme / inter-firme Vertical / Horizontal Commandement / contrat	Coordination Stratégies, actions, routines, normes
<i>Cognitive</i>	Code / contenu Contexte / compréhension (conscience + interprétation)	Communication Concept, idées, connaissances

2. Économie de l'entrepreneur : l'entrepreneur, le chaînon manquant à l'innovation (localisée)

- Innovation en réalisant de nouvelles combinaisons de facteurs de production (Schumpeter, 1942)
- Veille informationnelle pour détecter de nouvelles opportunités de profit (Kirzner, 1973)
- L'entrepreneur innovateur crée le résultat qu'il a imaginé (Yu, 1999)
- Encastrement de l'entrepreneur dans un réseau de relations sociales et nature des réseaux de relations sociales (Granovetter, 2000)
- La nouveauté naît d'un processus complexe d'apprentissage individuel et d'interprétation subjective du monde extérieur (Yu, Robertson, 2001)
- Création non intentionnelle de réseaux d'externalités favorisant la création de nouvelles idées et de nouveaux marchés (Minniti, 2005)
- La production de connaissances doit être portée par l'entrepreneur pour générer de la croissance économique. Les nouvelles firmes naissent comme des réponses aux connaissances non exploitées par les firmes déjà présentes. L'entrepreneur est le chaînon manquant entre les politiques publiques visant à favoriser l'innovation et la création d'entreprises innovantes (Audretsch et al, 2006 ; Facchini, 2007)

La théorie économique de l'entrepreneur est-elle pertinente pour appréhender la dimension spatiale du développement économique ? L'entrepreneur est-il le chaînon manquant entre le développement territorial tel qu'il peut être constaté et la création d'entreprises ? F. Braudel critiquait Schumpeter pour avoir réduit l'entrepreneur au « deus ex machina » du capitalisme. En est-on toujours là ? L'entrepreneur fournirait d'emblée une solution aux problèmes économiques posés ?

Tableau 1 : Théories économiques de l'entrepreneur – ou l'entrepreneur à tout faire

Économistes	Idée principale / entrepreneur
R. Cantillon, J-B Say, J. A. Schumpeter	Incertitude + risque
I. Kirzner	Veille informationnelle
F. Hayek	Théorie de l'ignorance + libre entreprise
D. Audretsch	Innovation + initiative individuelle Les nouvelles firmes naissent comme des réponses aux connaissances non exploitées par les firmes existantes
T. F. Yu	L'entrepreneur crée le résultat qu'il a imaginé
M. Granovetter	L'entrepreneur est encasté dans des réseaux sociaux
M. Minniti	Création non intentionnelle de réseaux d'externalités favorisant la création de nouveaux marchés

Quelques Références

- Audretsch D. B., Keilbach M. C., Lechmann E. E., (2006), *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford University Press.
- Boutillier S., Uzunidis D., (1995), *L'entrepreneur. Une analyse socioéconomique*, Economica.
- Boutillier S., Uzunidis D., (1999), *La légende de l'entrepreneur*, Syros.
- Facchini F., (2007), Entrepreneur et croissance économique : développements récents, *Revue d'économie industrielle*, N°119, pages 55-84.
- Kirzner I., (1973), *Competition and entrepreneurship*, The University of Chicago Press
- Grannovetter M., (2000), *Le marché autrement*, Desclée de Brouwer.
- Minniti M., (2005), Entrepreneurship and network externalities, *Journal of Behavior and Organization*, vol 57, pages 1-27.
- Schumpeter J. A. (1934), *The theory of Economic Development*, Harvard University Press.
- Yu T. F. (1999), Toward a Praxeological Theory of the Firm, *Review of Austrian Economics*, N°12, pages 24-51.
- Yu T. F., Robertson P. L., (2001), Austian and Evolutionary Perspectives on Consumer Demand and Firm Strategy, in S. C. Dow, P. E. Earl (ed), *Contingency, Complexity and the Theory of the firm. Essay in Honour of Brian J. Loasby*, Vol 2, Edward Elgar, pages 76-97.

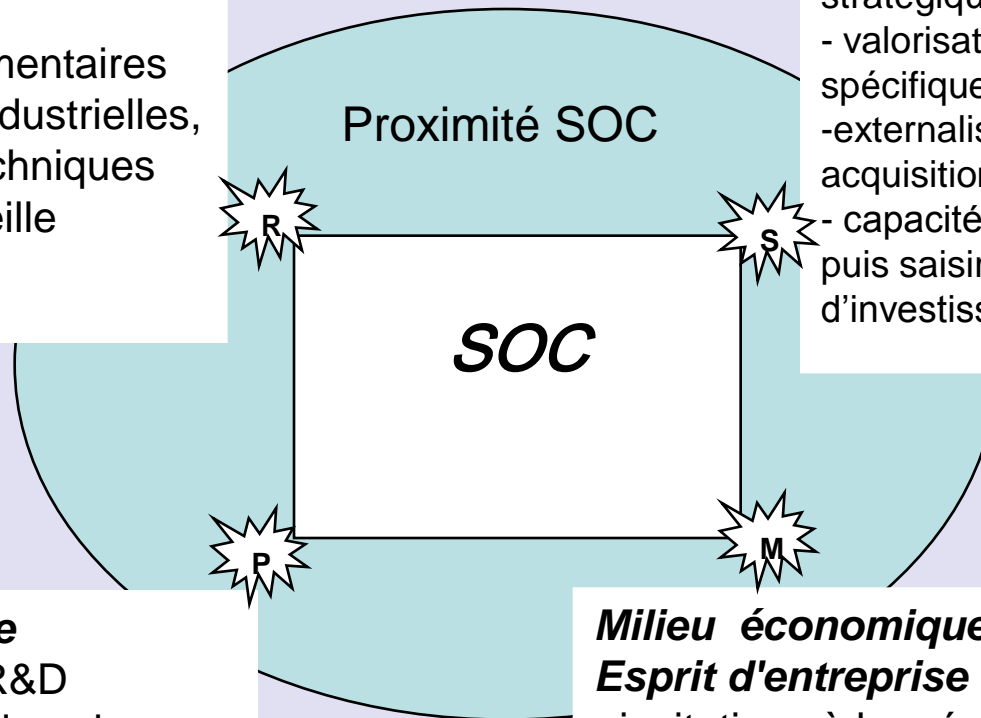
La constitution du modèle SOC

Réglementation / Action publique

- facilités fiscales, financières, réglementaires
- infrastructures industrielles, scientifiques et techniques
- prospective et veille

Stratégie de l'entreprise et de l'entrepreneur

- développement d'axes stratégiques
- valorisation des avantages spécifiques
- externalisation/ partenariats/ acquisitions/ réseaux
- capacité de l'entrepreneur à créer puis saisir les opportunités d'investissement



Progrès technique

- programmes de R&D
- avance dans les domaines potentiellement valorisables
- conditions d'acquisition des ressources de production
- industries et services d'appui

Milieu économique / Esprit d'entreprise

- incitations à la création d'entreprise
- conditions de demande
- contexte de concurrence/ coopération
- externalités/ effets d'agglomération
- codes communs/ relations de connaissance et reconnaissance...

Quelques Références

- Beffa J. L. (2005), *Pour une nouvelle politique industrielle, Rapport au Président de la République*, Paris
- Branscomb L., Keller J. (éd.) (1998), *Investing in Innovation*, MIT Press, Cambridge
- Gaffard J. L. (2005), Vers une nouvelle politique industrielle, *Lettre de l'OFCE*, n°269, 13 décembre
- OCDE (2002), *Dynamiser les systèmes nationaux d'innovation*, Paris.
- Porter M. E. (2000), Location, Competition and Economic Development, *Economic Development Quarterly*, vol. 14, n°1
- Porter M. E. (2003), The Economic Performance of Regions, *Regional Studies*, vol. 37 n°6&7
- Rodrik D. (2004), *Industrial Policy for the Twenty-First Century*, Centre for Economic Policy Research, November 2004, DP4767

3. Le potentiel de ressources (PR) de l'entrepreneur et la proximité

- La définition du concept du PR de l'entrepreneur s'inscrit dans le cadre du contexte théorique et empirique précédemment décrit (référence explicite ou implicite aux différents auteurs présenté et redéfinition du rôle de l'entrepreneur dans un cadre économique défini par les politiques publiques et les stratégies des grandes entreprises). Le potentiel de ressources de l'entrepreneur crée et se nourrit de l'espace géographique, économique et social dans lequel il est inséré. L'entrepreneur tire ses ressources du territoire (dans le sens pluridimensionnel défini plus haut, et dans un mouvement dialectique il crée de nouvelles ressources qui nourriront le développement du territoire.
- **Dialectique Modèle SOC / fonction entrepreneuriale qui se décline sous trois formes différentes**

Tableau 1 Le potentiel de ressources de l'entrepreneur : éléments d'une définition générale

Potentiel de ressources	Caractéristiques majeures
Connaissances	<p>Connaissances tacites et de toutes natures acquises dans le cadre familial</p> <p>Connaissances scientifiques et techniques acquises pendant la scolarité</p> <p>Connaissances acquises par les rapports avec autrui (famille, activité professionnelle, etc.)</p>
Ressources financières	<p>Épargne propre</p> <p>Apports affectifs (parents, proches, etc.)</p> <p>Crédit bancaire</p> <p>Aides financières institutionnelles</p>
Relations sociales	<p>Relations informelles (famille, amis, voisinage, collègues, etc.)</p> <p>Relations formelles (administrations publiques, banques, autres entreprises, centres de recherche, associations, etc.)</p>

Trois types d'entrepreneurs selon leur PR

- Dans le contexte d'incertitude actuelle, nous avons défini trois types d'entrepreneur en fonction de leur PR (définition du PR de l'entrepreneur – tableau 1) afin de montrer selon quelles modalités ils s'intègrent dans l'économie :
- L'entrepreneur technologique : il ressemble beaucoup à l'entrepreneur innovateur (Schumpeter). Initiateur d'innovations, il crée son entreprise dans les secteurs de hautes technologies. Mais, la réussite de son entreprise dépend des politiques publiques en matière de recherche et d'industrie, ainsi que de la stratégie des grandes entreprises qui facilitent la création d'entreprises innovantes (tableau 2) ;
- L'entrepreneur traditionnel : Il existe de tous temps (petit commerçant, artisan, sous-traitant, etc.). Sans envergure et grande possibilité d'agrandissement, il s'appuie sur la tradition économique de la famille ou travaille sous la tutelle d'un donneur d'ordres (tableau 3) ;
- L'entrepreneur de proximité : il est directement le produit du désordre économique actuel et des mesures de politiques publiques visant à lutter contre le chômage et la précarité. Il bénéficie d'aides publiques (mesures d'accompagnement par ex), se situe généralement dans les services à la personne. Il réinvente des métiers dévalorisés, autrefois pris en charge par la famille élargie (garde des enfants, des personnes âgées, ménage, bricolage, jardinage, etc.). Il s'insère dans le cadre nouveau de l'économie sociale et solidaire (tableau 3).

Tableau 2 Le Potentiel de ressources de l'entrepreneur : l'entrepreneur technologique

Potentiel de ressources	Caractéristiques propres
Connaissances	<p>Diplômé (souvent universitaire)</p> <p>Apprentissage dans le cadre de la scolarisation familiale – forte intégration territoriale car face au déficit d'emplois salariés locaux, créer son entreprise permet de rester sur place, près de sa famille – mais ne pas négliger l'attraction de certains territoires qui se caractérisent par leur dynamisme en matière économique et d'innovation (cf. certains pôles de compétitivité)</p> <p>Expérience professionnelle en tant que salarié (souvent dans les grandes entreprises)</p>
Ressources financières	<p>Épargne propre</p> <p>Apports affectifs</p> <p>Crédit bancaire (fréquent)</p> <p>Aides financières institutionnelles – attitude positive face à l'administration (« à quoi ai-je droit ? » - bénéficie des programmes d'accompagnement)</p>
Relations sociales	Intégration des relations sociales informelles et formelles

Tableau 3 Le PR de l'entrepreneur : l'entrepreneur traditionnel ou l'entrepreneur de proximité

Potentiel de ressources	Caractéristiques majeures
Connaissances	<p>Pas ou peu diplômé, souvent autodidacte</p> <p>Apprentissage dans le cadre de la scolarisation 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, souvent entrecoupée de périodes de chômage, d'emploi à durée déterminée et de stage de diverses natures</p>
Ressources financières	<p>Épargne propre peu importante</p> <p>Apports affectifs en capital ou en nature (« coup de main » au moment de l'installation)</p> <p>Prêt bancaire (rarement, faiblesse des garanties)</p> <p>Aides financières institutionnelles (rarement, déficit d'informations, peur de l'administration publiques)</p>
Relations sociales	Primat des relations sociales informelles sur les relations sociales institutionnelles