Entrepreneuriat & PME

Pierre-André Julien et Josée St-Pierre
Avec la collaboration de Frédéric Laurin et Michel Trépanier

# DYNAMISER LE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL PAR L'ENTREPRENEURIAT

## Mesures et clés pour agir

Presses de l'Université du Québec

# DYNAMISER LE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL PAR L'ENTREPRENEURIAT

Entrepreneuriat & PME

Directeurs de collection
**Pierre-André Julien**
**Josée St-Pierre**

Les études sur l'entrepreneuriat et sur les petites et moyennes entreprises se sont multipliées au cours des vingt dernières années, favorisant ainsi l'émergence de nouveaux concepts et de théories sur les PME. Chercheurs et praticiens peuvent dès lors s'appuyer sur des savoirs qui leur sont propres. Par son contenu à la fine pointe, son langage accessible et ses approches multiples, Entrepreneuriat et PME présente des découvertes récentes pouvant être utiles pour faire progresser les PME et l'entrepreneuriat et contribuer ainsi au dynamisme économique de leur territoire. Pour assurer la diffusion de ces connaissances, Entrepreneuriat et PME fournit aux universitaires, aux intervenants dans les PME, aux spécialistes du développement régional et local et aux chefs d'entreprise eux-mêmes les résultats des plus récentes recherches permettant de mieux comprendre les défis de l'entrepreneur, la réalité complexe des PME et les enjeux de leur création, de leur développement et de leur pérennité.

Membre de L'ASSOCIATION NATIONALE DES ÉDITEURS DE LIVRES

**Presses de l'Université du Québec**
Le Delta I, 2875, boulevard Laurier, bureau 450, Québec (Québec) G1V 2M2
*Téléphone :* 418 657-4399 *Télécopieur :* 418 657-2096
*Courriel :* puq@puq.ca *Internet :* www.puq.ca

*Diffusion/Distribution :*

**Canada** Prologue inc., 1650, boulevard Lionel-Bertrand, Boisbriand (Québec) J7H 1N7
Tél. : 450 434-0306 / 1 800 363-2864

**France** AFPU-D – Association française des Presses d'université
Sodis, 128, avenue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 77403 Lagny, France – Tél. : 01 60 07 82 99

**Belgique** Patrimoine SPRL, avenue Milcamps 119, 1030 Bruxelles, Belgique – Tél. : 02 7366847

**Suisse** Servidis SA, Chemin des Chalets 7, 1279 Chavannes-de-Bogis, Suisse – Tél. : 022 960.95.32

DANGER LE PHOTOCOPILLAGE TUE LE LIVRE

La Loi sur le droit d'auteur interdit la reproduction des œuvres sans autorisation des titulaires de droits. Or, la photocopie non autorisée – le « photocopillage » – s'est généralisée, provoquant une baisse des ventes de livres et compromettant la rédaction et la production de nouveaux ouvrages par des professionnels. L'objet du logo apparaissant ci-contre est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit le développement massif du « photocopillage ».

# DYNAMISER LE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL PAR L'ENTREPRENEURIAT

Mesures et clés pour agir

Pierre-André Julien et Josée St-Pierre
Avec la collaboration de Frédéric Laurin et Michel Trépanier

Presses de l'Université du Québec

**Catalogage avant publication de Bibliothèque et Archives nationales du Québec et Bibliothèque et Archives Canada**

Julien, Pierre-André, 1939-

Dynamiser le développement régional par l'entrepreneuriat : mesures et clés pour agir

(Entrepreneuriat & PME)

Comprend des références bibliographiques.

ISBN 978-2-7605-4214-3

1. Entrepreneuriat. 2. Entrepreneuriat – Québec (Province). 3. Économie régionale – Québec (Province). I. St-Pierre, Josée, 1959- . II. Titre. III. Collection : Entrepreneuriat & PME.

HB615.J843 2015 338'.04 C2014-942415-9

Les Presses de l'Université du Québec reconnaissent l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du livre du Canada et du Conseil des Arts du Canada pour leurs activités d'édition.

Elles remercient également la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) pour son soutien financier.

*Conception graphique*
**Vincent Hanrion**

*Mise en pages*
**Le Graphe**

**Dépôt légal : 1er trimestre 2015**
› Bibliothèque et Archives nationales du Québec
› Bibliothèque et Archives Canada

**© 2015 – Presses de l'Université du Québec**
*Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés*

Imprimé au Canada

*Les nations, de nos jours, ne sauraient faire que dans leur sein les conditions ne soient pas égales ; mais il dépend d'elles que l'égalité les conduise à la servitude ou à la liberté, aux lumières ou à la barbarie, à la prospérité ou aux lumières.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 2, partie 4, chap. VIII, p. 547

# Table des matières

**Liste des figures** ..... XV

**Liste des tableaux** ..... XIX

**Introduction** ..... 1

**1.** L'origine de ce questionnement ..... 3

**2.** De la grande entreprise aux PME : la pensée des économistes sur l'entrepreneuriat ..... 8

*2.1. Les économistes critiques* ..... 8

*2.2. Les économistes favorables* ..... 12

**3.** Les PME différentes des grandes entreprises : l'arrivée des sciences de la gestion dans le monde des PME ..... 17

**4.** Les PME et l'ouverture aux autres sciences ..... 21

**5.** Vers la complexité ..... 23

**6.** Le plan du livre ..... 24

**7.** Les lecteurs ..... 26

Partie 1

**L'entrepreneuriat et son développement**

**Chapitre 1**

L'entrepreneuriat et l'opportunité : une définition ..... 33

**1.1.** La définition de l'entrepreneuriat ..... 35

*1.1.1. Le rôle clé de l'entrepreneur* ..... 35

*1.1.2. L'incertitude et le risque* ..... 38

*1.1.3. La mise sur pied et le développement d'une organisation* ..... 42

*1.1.4. La saisie ou la création d'opportunités* ..... 44

*1.1.5. Le rôle de la communauté ou du milieu entrepreneurial* ..... 48

**1.2.** Les objectifs et les attentes des intervenants en matière entrepreneuriale ..... 65
*1.2.1. La création des emplois* ..... 67
*1.2.2. L'accroissement de la compétitivité et la croissance économique* ..... 68
*1.2.3. Le développement entrepreneurial en région* ..... 69

**Chapitre 2**
L'innovation, élément clé de l'entrepreneuriat ..... 73
**2.1.** Une définition de l'innovation ..... 74
**2.2.** Les caractéristiques propres à l'innovation ..... 80
*2.2.1. L'innovation se développe dans l'incertain* ..... 80
*2.2.2. L'innovation est source de valeur nouvelle* ..... 84
*2.2.3. L'innovation réclame de l'échange et de la transformation collective d'informations* ..... 85
*2.2.4. L'innovation se développe selon un processus tourbillonnaire soutenu par le collectif* ..... 89
*2.2.5. L'innovation réclame du temps de réflexion et de développement* ..... 92
*2.2.6. Le concept de trajectoire* ..... 95
*2.2.7. Les systèmes sociaux d'innovation* ..... 96
**2.3.** L'innovation et les PME ..... 98
*2.3.1. L'innovation, les PME et les grandes entreprises* ..... 104
*2.3.2. La diffusion de l'innovation : le rôle clé du collectif* ..... 108

Partie 2
**Quelques analyses conceptuelles et appliquées**

**Chapitre 3**
Quelques modèles conceptuels ..... 117
**3.1.** Les modèles entrepreneuriaux ..... 118
*3.1.1. Le modèle de Morris (1998)* ..... 119
*3.1.2. Le modèle de Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002)* ..... 123
*3.1.3. Le modèle de Verheul, Wennekers, Audretsch et Thurik (2002)* ..... 124
*3.1.4. Le modèle de Gasse (2003)* ..... 128
*3.1.5. Le modèle de Carree et Thurik (2005)* ..... 128
*3.1.6. Le modèle très simplifié de Audretsch et Keilbach (2005)* ..... 131
*3.1.7. Le modèle de Julien (2005)* ..... 134
*3.1.8. Le modèle de Davis (2006)* ..... 140
*3.1.9. Le modèle du Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* ..... 142

*3.1.10. Le modèle de l'OCDE (Ahmad et Hoffman, 2007)* ..... 147
*3.1.11. Le modèle de Larsen (2008)* ..... 149
*3.1.12. Le modèle de Congregado* et al. *(2008)* ..... 151

**3.2.** Les modèles d'innovation et d'opportunités ..... 153
*3.2.1. Le modèle mésoéconomique du GREMI* ..... 153
*3.2.2. Le modèle mésoéconomique d'innovation de Meeus, Oerlemans et Kenis (2008)* ..... 155
*3.2.3. Quelques modèles d'innovation microéconomiques* ..... 157

**Conclusion** ..... 166

**Chapitre 4**
Quelques applications récentes ..... 171

**4.1.** Les analyses empiriques portant sur la création d'entreprises ..... 172
*4.1.1. Les analyses macro et mésoéconomiques* ..... 172
*4.1.2. Les analyses microéconomiques* ..... 183

**4.2.** Les analyses sur les déterminants de l'innovation et des opportunités ..... 185

**Conclusion** ..... 192

**Chapitre 5**
La question des types d'entreprises dans l'entrepreneuriat ..... 193

**5.1.** La distinction des entreprises par rapport à l'idée d'origine ..... 196

**5.2.** Les conditions pour croître ou pour se distinguer ..... 206

**5.3.** La distinction des entreprises par rapport à la mondialisation ..... 211

**Conclusion** ..... 218

**Chapitre 6**
Les déterminants théoriques de l'entrepreneuriat ..... 219

**6.1.** La subjectivité et les relations ..... 221

**6.2.** Les effets contradictoires et temporels ..... 226

**6.3.** La question de la pondération des facteurs ..... 227

**Chapitre 7**
Les différentes mesures de l'entrepreneuriat ..... 231

**7.1.** Les données sur l'entrepreneuriat en général ..... 233
*7.1.1. Les mesures du nombre d'entrepreneurs ou de travailleurs indépendants* ..... 233

*7.1.2. Les mesures de création et de disparition des entreprises* ..... 238
*7.1.3. Quelques applications au Québec en comparaison avec le reste du Canada* ..... 242

**7.2.** Les données sur la croissance des entreprises et leur distinction ..... 247
*7.2.1. Les données sur le développement des entreprises* ..... 247
*7.2.2. Les données des entreprises en croissance par région au Québec* ..... 251
*7.2.3. Les données sur la valeur générée* ..... 255
*7.2.4. Les données sur l'innovation* ..... 258
**Conclusion : la valeur respective de ces mesures** ..... 264

**Chapitre 8**
Les principaux obstacles pour trouver des variables valables et comparables ..... 267

**8.1.** Les bases de données existantes à des fins de comparaison internationale ..... 270
*8.1.1. Les données de l'OCDE* ..... 271
*8.1.2. Les données d'Eurostat* ..... 273
*8.1.3. Les données de la Banque mondiale* ..... 274

**8.2.** Les principales sources utilisées pour une comparaison internationale ..... 275
*8.2.1. Une approche basée sur les registres d'entreprise* ..... 276
*8.2.2. Une approche basée sur des enquêtes* ..... 277

**8.3.** Les facteurs affectant la comparabilité internationale ..... 280
*8.3.1. La question de l'unité d'enregistrement* ..... 280
*8.3.2. La question de l'hétérogénéité des entreprises et des secteurs* ..... 286
*8.3.3. La question de la temporalité des données* ..... 289

**8.4.** Les attentes à l'égard de la mesure de l'entrepreneuriat ..... 292
*8.4.1. La capacité de se comparer avec d'autres pays et régions* ..... 292
*8.4.2. L'identification des déterminants clés de l'efficacité entrepreneuriale* ..... 293
*8.4.3. Le besoin d'un cadre d'analyse statistique en lien avec les objectifs poursuivis* ..... 294
**Conclusion** ..... 295

## Partie 3
## L'application

**Chapitre 9**
Une première analyse sur le plan des grandes régions ..... 301
Avec la collaboration de Martin Morin

**9.1.** Le choix des régions ..... 302
**9.2.** La création des entreprises, tous secteurs confondus ..... 303
*9.2.1. Le Registre des entreprises du Québec (REQ)* ..... 304
*9.2.2. Les résultats avec le REQ par régions en 2001-2005 et en 2006-2010* ..... 306
*9.2.3. Les résultats par secteur industriel* ..... 313
**9.3.** La pérennité et la croissance des entreprises ..... 316
*9.3.1. La méthodologie* ..... 317
*9.3.2. Les résultats* ..... 321
**9.4.** Quelques corrélations ..... 330
**Conclusion** ..... 333

**Chapitre 10**
Les déterminants de l'entrepreneuriat dans les MRC québécoises ..... 335
Avec la collaboration de Martin Morin

**10.1.** Les variables dépendantes ..... 338
**10.2.** Les variables indépendantes ..... 340
**10.3.** L'origine des données, la mesure des variables indépendantes et l'importance de leur incidence sur l'entrepreneuriat ..... 346
**10.4.** Les résultats ..... 354
*10.4.1. Les variables dépendantes* ..... 354
*10.4.2. Les variables indépendantes ou explicatives* ..... 358
*10.4.3. Les résultats de la création d'entreprises issus du REQ6* ..... 359
*10.4.4. Les résultats de la croissance d'entreprises tirés des répertoires Scott's* ..... 366
*10.4.5. L'analyse spatiale* ..... 368
**Conclusion** ..... 375
**Annexe 1 –** Analyse de la corrélation spatiale entre les MRC ..... 378

**Chapitre 11**
Les variables qualitatives ou socioculturelles ..... 379

**11.1.** Les théories sous-jacentes aux dimensions socioculturelles ..... 382
*11.1.1. La théorie individualiste* ..... 382
*11.1.2. La théorie socioculturelle* ..... 386

**11.2.** Les éléments socioculturels de l'entrepreneuriat ..... 392
*11.2.1. La mesure des éléments socioculturels dans la littérature* ..... 392
*11.2.2. Les éléments retenus* ..... 394

**11.3.** Les résultats ..... 396
*11.3.1. L'enquête auprès des intervenants et des entrepreneurs* ..... 397
*11.3.2. L'enquête auprès de la population* ..... 403

**Conclusion** ..... 406

**Annexe 1 –** Grille d'entrevue auprès des intervenants et des entrepreneurs ..... 408

**Annexe 2 –** Questionnaire aux citoyens à la sortie d'un commerce ..... 412

**Conclusion** ..... 417

**1.** Les déterminants clés de l'entrepreneuriat ..... 418

**2.** Les déterminants quantitatifs ..... 418

**3.** Les déterminants qualitatifs ..... 421

**4.** Les actions à entreprendre ou les politiques possibles ..... 424

**5.** Ce qu'il reste à faire ..... 427

**Bibliographie** ..... 431

# Liste des figures


**Figure 1.1** Typologie de l'entrepreneuriat lié à une entreprise ..... 59

**Figure 2.1** Incertitude et risques : du connu à l'inconnaissable..... 84

**Figure 2.2** Évolution de l'innovation sur un territoire..... 103

**Figure 2.3** Diffusion de l'innovation par les relations interpersonnelles ou par les médias ..... 112

**Figure 3.1** Modèle de Morris (1998) ..... 120

**Figure 3.2** Corrélation entre la population des 25-34 ans et la création d'entreprises entre 1979 et 2003 au Québec..... 122

**Figure 3.3** Modèle de Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002)..... 123

**Figure 3.4** Modèle de Verheul, Wennekers, Audretsch et Thurik (2002)..... 125

**Figure 3.5** Modèle systémique de Gasse (2003)..... 129

**Figure 3.6** Modèle de Carree et Thurik (2005)..... 130

**Figure 3.7** Modèle de Julien (2005) ..... 135

**Figure 3.8** Effet du réseautage sur les bénéfices et les coûts d'une opportunité ou d'une innovation ..... 136

**Figure 3.9** Conditions de l'environnement influant sur le dynamisme entrepreneurial..... 140

**Figure 3.10** Modèle de Davis (2006a) ..... 142

**Figure 3.11** Éléments explicatifs de la création d'entreprises du Global Entrepreneurship Monitor ..... 143

**Figure 3.12** Relations analysées dans le modèle du Global Entrepreneurship Monitor ..... 145

**Figure 3.13** Modèle de l'OCDE (Ahmad et Hoffman, 2007)..... 147

**Figure 3.14** Déterminants de l'entrepreneuriat, selon le modèle de Ahmad et Hoffman (2007)..... 148

**Figure 3.15** Modèle de Larsen (2008) ..... 150

**Figure 3.16** Modèle « adapté » de Congregado *et al.* (2008)..... 151

**Figure 3.17** Modèle mésoéconomique d'innovation du GREMI (Mole et Worrall, 2001) ..... 154
**Figure 3.18** Modèle de Meeus, Oerlemans et Kenis (2008) ..... 157
**Figure 3.19** Modèle de Julien (2005) ..... 158
**Figure 3.20** Modèle théorique de Winters et Stam (2007) ..... 160
**Figure 3.21** Modèle de Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009) ..... 162
**Figure 3.22** Modèle de St-Pierre et Trépanier (2011) ..... 165
**Figure 4.1** Modèle empirique de Winters et Stam (2007) ..... 187
**Figure 4.2** Relations entre les réseaux à signaux faibles, la capacité d'absorption et l'innovation ..... 191
**Figure 5.1** Différents types d'entreprises basés sur les capacités de distinction et sur le type de secteurs (d'accueillant à très turbulent) ..... 198
**Figure 5.2** Source de la création brute d'emplois au Québec, moyenne 2001-2002 à 2005-2006 (en nombre et en pourcentage de l'emploi) ..... 205
**Figure 5.3** Répartition des entreprises selon l'origine de leurs ressources ou la destination de leurs ventes ..... 213
**Figure 6.1** Relations entre la culture entrepreneuriale, l'entrepreneuriat et le développement socioéconomique des territoires ..... 229
**Figure 7.1** Taux de création et de disparition des entreprises au Québec, 1991-1992 à 2005-2006 ..... 243
**Figure 7.2** Évolution du nombre d'entreprises en croissance et en décroissance d'emplois, Québec, 1991-1992 à 2005-2006 ..... 249
**Figure 7.3** Taux de survie des nouvelles entreprises selon leur âge ..... 250
**Figure 7.4** Taux de création et de perte d'emplois salariés au Québec, 1991-1992 à 2005-2006 ..... 257
**Figure 8.1** Taux d'entrée des firmes au Canada selon la source entre 1989 et 1997 ..... 279
**Figure 8.2** Comparaison des taux d'entrée en affaires selon diverses catégories de population analysée et comparée au Canada, entre 1982 et 1997 ..... 284
**Figure 8.3** Types et nombres de créations d'entreprises en France entre 1993 et 2004 ..... 287
**Figure 8.4** Principales variables pour mesurer le dynamisme entrepreneurial national et territorial ..... 296
**Figure 9.1** Taux d'immatriculation régionaux annuels moyens par 1 000 habitants, classés par ordre d'importance ..... 310

**Figure 9.2** Relations entre la croissance de la population totale entre 2001 et 2006 par région et le taux de création moyen annuel d'entreprises (REQ), tous secteurs confondus entre 2001 et 2010 ..... 330

**Figure 9.3** Relation entre le taux d'urbanisation en 2001 et la part des entreprises manufacturières en croissance en proportion de toutes les entreprises ..... 331

**Figure 9.4** Part de la population en 2006 possédant un diplôme collégial ou universitaire et création moyenne annuelle d'entreprises (REQ) entre 2001 et 2010 ..... 332

**Figure 9.5** Part du taux d'emploi chez les 15-64 ans et croissance des entreprises sur la période 2002 à 2010 ..... 333

# Liste des tableaux


| | | |
|---|---|---|
| **Tableau 1.1** | Fondements du concept d'entrepreneuriat | 51 |
| **Tableau 1.2** | Fondements de l'entrepreneuriat selon deux perspectives | 54 |
| **Tableau 1.3** | Différentes formes entrepreneuriales | 62 |
| **Tableau 2.1** | Six caractéristiques liées à l'innovation | 81 |
| **Tableau 3.1** | Nombre d'entreprises dans les États américains en 2000 et en 2005. Pourcentage par 10 000 habitants et évolution entre ces deux périodes | 132 |
| **Tableau 4.1** | Déterminants clés de la création d'entreprises dans les États américains et dans cinq pays européens (Allemagne, France, Italie, Irlande et Royaume-Uni) | 173 |
| **Tableau 4.2** | Déterminants clés du nombre relatif d'entreprises dans différentes régions européennes | 177 |
| **Tableau 4.3** | Performance entrepreneuriale et conditions-cadres dans les trois pays les plus performants, selon l'analyse de Larsen (2008) | 183 |
| **Tableau 4.4** | Entrepreneuriat, innovation et croissance économique dans des pays de l'OCDE | 186 |
| **Tableau 4.5** | Principaux résultats de l'impact des caractéristiques des réseaux sur l'innovation | 189 |
| **Tableau 7.1** | Mesures identifiées pour analyser les différents aspects de l'entrepreneuriat | 234 |
| **Tableau 7.2** | Mesures basées sur l'entrepreneur | 236 |
| **Tableau 7.3** | Mesures basées sur la création et la disparition d'entreprises | 239 |
| **Tableau 7.4** | Taux de création et de disparition des entreprises selon la taille par tranches d'emplois au Québec, moyenne 2001-2002 à 2005-2006 | 243 |
| **Tableau 7.5** | Nombre d'entreprises créées et taux de création, par tranches d'emplois, Québec, Ontario et Canada, moyenne 2001-2002 à 2005-2006 | 244 |

**Tableau 7.6** Nombre d'entreprises créées et taux de création, par secteurs d'industries, Québec, Ontario et Canada, moyenne 2001-2002 à 2005-2006 ..... 245

**Tableau 7.7** Mesures basées sur le développement d'entreprises ..... 248

**Tableau 7.8** Taux des gazelles de plus de 25 employés au Québec par MRC de 1991 à 1996 et de 1996 à 2001 ..... 253

**Tableau 7.9** Mesures basées sur la génération de la valeur ..... 255

**Tableau 7.10** Création d'emplois salariés selon les entreprises créées et en croissance, par tranches d'emplois au Québec, moyenne de 2001-2002 à 2005-2006 ..... 257

**Tableau 7.11** Mesures de l'innovation ..... 259

**Tableau 7.12** Dépenses totales de R-D selon le niveau technologique et dépenses totales de R-D, Québec, 1997 à 2006 (en M $ courants) ..... 260

**Tableau 7.13** Nombre d'établissements ayant des activités de R-D selon la région administrative, Québec, 1997 à 2004 ..... 261

**Tableau 7.14** Nombre d'inventions brevetées à l'USPTO par région administrative du Québec, 1997-2007 ..... 262

**Tableau 8.1** Taux de création et de disparition des entreprises selon la taille par tranches d'emplois au Québec, moyenne 2001-2002 à 2005-2006 ..... 286

**Tableau 8.2** Taux d'entrée des firmes et taux de création d'emplois dans le secteur manufacturier canadien selon différentes catégories, moyenne entre 1989 et 1997 par rapport au nombre d'entreprises ou d'emplois totaux ..... 288

**Tableau 9.1** Taux d'immatriculation annuel moyen par région, pour deux périodes et pour deux tailles par 1 000 habitants ..... 307

**Tableau 9.2** Taux d'immatriculation par secteur industriel, par période et par taille d'entreprise, ensemble du Québec ..... 314

**Tableau 9.3** Proportion d'établissements (11 employés et +) en croissance selon le niveau, entre 2002 et 2006, par région, selon la population totale d'établissements en 2002 ..... 322

**Tableau 9.4** Proportion d'établissements (11 employés et +) en croissance selon le niveau, entre 2006 et 2010, par région, selon la population totale d'établissements en 2006 ..... 326

**Tableau 9.5** Proportion d'établissements (11 employés et +) en croissance selon le niveau, ensemble de la période (2002-2010), par région, selon la population totale d'établissements en 2002 ..... 328

**Tableau 10.1** Résumé de la variable dépendante selon la source des données ..... 339

**Tableau 10.2** Variables indépendantes selon leur compilation et le sens attendu de leurs effets sur l'entrepreneuriat régional ..... 350

**Tableau 10.3** Nombre annuel moyen de nouvelles immatriculations selon les six divisions de l'industrie pour 2006-2010, et établissements manufacturiers en croissance par MRC ..... 355

**Tableau 10.4** Facteurs explicatifs du taux d'immatriculation dans les MRC du Québec avec le REQ à six industries et sans l'intervention des CLD et des différents effets de proximité ..... 360

**Tableau 10.5** Coefficients bêta standardisés des régressions supplémentaires avec l'indice de spécialisation en trois niveaux ..... 364

**Tableau 10.6** Régressions incluant les variables mesurant l'intervention des CLD ..... 365

**Tableau 10.7** Résultats des régressions à partir des données du Scott's (les PME en croissance) ..... 367

**Tableau 10.8** Tests d'autocorrélation spatiale ..... 370

**Tableau 10.9** Régressions spatiales ..... 372

**Tableau 11.1** Évaluation du niveau de culture entrepreneuriale dans la MRC ..... 397

**Tableau 11.2** Évaluation par les intervenants et les entrepreneurs de la perception de la population en général des entrepreneurs et du milieu des affaires ..... 398

**Tableau 11.3** Perception des facteurs favorisant la création d'entreprises ..... 401

**Tableau 11.4** Réseaux d'affaires ..... 402

**Tableau 11.5** Rôle des organisations d'enseignement et de recherche dans la culture entrepreneuriale et dans l'innovation des entreprises ..... 404

# Introduction[1]

*Lorsque le souverain est électif ou surveillé de près par une législature réellement élective et indépendante, l'oppression qu'il fait subir aux individus est quelquefois plus grande ; mais elle est toujours moins dégradante, parce que chaque citoyen, alors qu'on le gêne et qu'on le réduit à l'impuissance, peut encore se figurer qu'en obéissant il ne se soumet qu'à lui-même, et que c'est à l'une de ses volontés qu'il sacrifie toutes les autres.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 2, partie 4, chap. VI, p. 522-523

Depuis plus de quarante ans, bon nombre d'intervenants et de chercheurs (Van Stel, Carree et Thurik, 2005 ; Acs et Mueller, 2008 ; Piergiovanni, Carree et Santarelli, 2012) ont expliqué que les petites et moyennes entreprises, les PME, y compris les toutes petites, et donc l'entrepreneuriat représentent un

1. Nous remercions particulièrement Martin Morin pour ses analyses statistiques, Patrick Razakamananifidiny pour ses recherches sur la littérature et la construction de tableaux récapitulatifs et Tinasoa Razafindrazaka pour son travail de révision de certaines sections et la mise à jour de différents concepts. Nous remercions également l'Institut de la statistique du Québec, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec et Développement économique du Canada pour leur soutien à certaines des études concrètes que nous avons réalisées pour plusieurs des chapitres. Enfin, nous remercions le programme des Chaires de recherche du Canada et la Chaire de recherche sur la gestion de la performance et des risques des PME pour son appui financier à la production de cet ouvrage.

des principaux moteurs de la création de la richesse collective, en particulier du côté de la création d'emplois, tant sur le plan national que dans les régions. Comme le rappelle année après année l'OCDE, plus de 70 % des nouveaux emplois proviennent justement des PME, notamment de celles qui croissent rapidement. Elles sont même à l'origine de la plus grande partie de l'innovation et du renouvellement technologiques dans nos économies. Des données canadiennes récentes confirment que la plus grande partie des emplois dans le secteur privé est assurée par des entreprises de moins de 100 salariés (69,7 % en 2012).

Évidemment, cette création de richesse, d'emplois et d'innovation varie selon les territoires et selon les périodes. Par exemple, au Québec, dans les années 1980, plus de 40 000 nouvelles entreprises naissaient chaque année, alors que ce chiffre est tombé à moins de 37 000 dans les années 1990 et autour de 30 000 dans la dernière décennie. Cette tendance ne sera probablement pas freinée au cours des prochaines années, comme le pense Sylvain Mélançon (Cossette et Mélançon, 2010) selon qui l'entrepreneuriat québécois reculera de 2,8 % de 2013 à 2018. Ce ralentissement existe dans presque tous les pays industrialisés, en particulier à cause 1) du vieillissement démographique, et ce, malgré l'immigration, qui réduit le nombre d'entrepreneurs potentiels, mais aussi la demande pour bon nombre d'entreprises offrant des produits répondant aux besoins de la population, et 2) de la concurrence intensifiée par les effets de la mondialisation.

Ces ralentissements ont aussi eu lieu au niveau des régions québécoises, toutefois pas au même rythme. Par exemple, les régions de la ceinture de la métropole montréalaise, jouissant d'une démographie particulièrement dynamique, continuent d'être plus entrepreneuriales que plusieurs régions éloignées. De plus, ces créations diffèrent selon les secteurs, ceux requérant plus de savoirs et de nouvelles technologies se retrouvant plus souvent dans les régions urbaines.

Pourtant, la démographie et la localisation ne suffisent pas à tout expliquer sur les différences entrepreneuriales et ces questions continuent de hanter les chercheurs depuis nombre d'années[2]. Pourquoi des régions voisines sont-elles plus entrepreneuriales et pourquoi ce dynamisme diffère-t-il dans le temps ?

Cet ouvrage veut justement répondre à ces questions. Même s'il ne prétend pas y arriver avec des réponses définitives. Puisqu'il reste encore beaucoup de travail pour mieux comprendre non seulement les mécanismes qui soutiennent l'entrepreneuriat, mais comment mesurer ce processus et, surtout, comment le soutenir sinon le stimuler.

Dans cette introduction, nous allons nous arrêter sur les origines de ces questions pour ensuite nous pencher sur les théories soutenant notre analyse et, par conséquent, sur des ébauches de réponses, tout en rappelant les limites des analyses toujours en construction. Puis, nous présenterons le plan du livre pour enfin rappeler à quels lecteurs nous nous adressons.

## 1. L'origine de ce questionnement

Ces questions des chercheurs sur le rôle des PME et de l'entrepreneuriat dans l'économie remontent à la fin de la période économique faste que Jean Fourastié (1979) a appelé les Trente Glorieuses[3], soit à la suite de la Seconde Guerre mondiale jusqu'aux premières crises de l'énergie des années 1970, avec un fort ralentissement de la croissance des grandes entreprises et une

2. Par exemple, il y a plusieurs décennies, bon nombre d'économistes américains fort connus, comme Solow, Eisner, Denison, Schultze et Nordhaus, se posaient déjà plus ou moins directement cette même question dans leur rapport au Bureau national de recherches économiques dirigé par Moss (1973).

3. Et que les Américains appelaient les *Golden Decades*, avec des taux de croissance annuels moyens du PIB d'au moins 5 % en valeur réelle dans à peu près tous les pays industrialisés, soit un doublement des revenus tous les quatorze ans.

forte turbulence dans la création de nouvelles entreprises. Par exemple, dans une première évaluation des travaux sur les PME et, indirectement, sur l'entrepreneuriat, la London Business School ne relevait avant 1970 que 2 592 articles portant directement ou indirectement sur le sujet, alors qu'elle en dénombrait 4 356 après 1980. En 1989, elle évaluait ce nombre à plus de 13 000. Curran et Blackburn (2001), qui citent ces analyses, considèrent que la plupart de ces recherches avant 1990 étaient de piètre qualité, compte tenu de la complexité du domaine d'étude et d'une compréhension encore très préliminaire des différences entre les PME et les grandes entreprises. De même, Bygrave expliquait (1989, p. 7) que « l'entrepreneuriat est un des plus jeunes paradigmes dans les sciences de gestion », et Low (2001) voyait toujours ces études sur le sujet comme un pot-pourri qui allait dans toutes les directions sans théorie assez solide pour les orienter.

Pourtant, en mettant de côté les analyses sur l'entrepreneur qui remontent à plus de 200 ans[4], il existe plusieurs défricheurs qui se sont intéressés au rôle des PME dans l'économie. Par exemple, dans son ouvrage de 1948, Veblen critiquait la séparation croissante entre les entrepreneurs des petites entreprises (les « capitaines d'industrie », comme il les appelait à la suite d'autres précurseurs[5]) et les capitalistes de la grande entreprise ; pour lui, cette séparation entre la propriété de l'entreprise et sa gestion ralentissait le développement économique et menait nécessairement « à une perversion des intérêts des firmes » et de toute l'économie du fait que ces « pseudopropriétaires » recherchaient, en ce temps-là comme encore aujourd'hui, des positions monopolistiques afin de maximiser les rendements à court terme au détriment du long terme. Comme nous l'avons vu avec la grande crise de 2008-2010, de tels comportements sont toujours présents dans les sociétés d'aujourd'hui, avec des conséquences

4. Notamment avec Olivier de Serres en 1600, Richard Cantillon en 1755 et Jean-Baptiste Say en 1803. Voir à propos de ces auteurs, l'ouvrage encyclopédique de Torrès et Messeghem (2015).

5. C'est l'expression utilisée aussi par Schumpeter (1924) : « *der Typus des modernen Industriekapitans* », qui la reprend de Jean-Baptiste Say (1803). Nous discuterons de l'origine du terme entrepreneur au début du chapitre 1.

catastrophiques lorsque le marché finit par réagir[6]. Veblen parlait de propriétaires « *in abstentia* » qui faisaient peu de cas des consommateurs et donc de l'intérêt collectif, pratiquant une « sorte de sabotage » à long terme de l'entreprise et affectant, par le fait même, toute l'économie[7]. Pour sa part, Commons, dans son ouvrage sur l'*Industrial Good Will* de 1919, discutait du rôle de la classe moyenne liée aux petites entreprises dans le développement économique, pressentant leur rôle clé dans l'économie à cause de l'encastrement de ces dernières dans leur milieu. Un peu plus tard, Ansiaux, dans son *Traité d'économie politique* de 1926, expliquait qu'il y aura toujours des PME dans l'économie, en particulier des toutes petites, du fait qu'il existe des productions à faible demande, notamment celles très personnalisées, ou dans des services requérant de la proximité[8].

6. La crise financière qui s'est amorcée en 2007 et dont les séquelles sont toujours présentes, en particulier en Europe, mais aussi avec l'important chômage de longue durée aux États-Unis en 2014, a occasionné un désordre « mondial » sans précédent. Les interconnexions entre les différentes places financières des pays industrialisés ont étendu les conséquences des mauvaises décisions des gestionnaires étasuniens en dehors du continent américain. Cette situation a montré la fragilité d'un système économique mondial lorsque les pays, et les divers agents économiques, ne respectent pas les mêmes règles de fonctionnement. L'individualisme de certains des acteurs dans les milieux financiers et la déréglementation amorcée avec Reagan aux États-Unis et Thatcher en Grande-Bretagne peuvent ainsi avoir des conséquences sur toute une population, comme ont pu s'en rendre compte les citoyens américains et européens qui ont perdu une grande partie de leur richesse dans cette débâcle !

7. Pensons aux spéculateurs toujours présents qui n'achètent une entreprise que pour en maximiser rapidement la valeur, même au prix de coupures draconiennes dans le personnel, pour la revendre ensuite à leur propre profit ou à celui de la firme financière qu'ils représentent, quelles que soient ses chances de survie et de développement à long terme. Ces spéculateurs, ne poursuivant que des objectifs purement financiers, font ainsi fi des intérêts des fondateurs de l'entreprise, de ses employés et même des consommateurs qui utilisent ses produits. Ce comportement est différent de celui de la plupart des petits propriétaires-dirigeants faisant corps avec leur entreprise et ses intérêts, comme nous le verrons tout au long de cet ouvrage et en particulier au chapitre 11 en parlant des travaux du grand historien Fernand Braudel.

8. Ansiaux (1926, p. 195) donne l'exemple des chapeaux de dame, que l'on voit notamment à Pâques à New York, avec toutes leurs fantaisies adaptées au goût de chaque cliente et requérant donc de petites entreprises de modistes, au contraire des chapeaux d'homme relevant d'un conformisme beaucoup plus élevé et produit dans la grande entreprise.

Nous sommes ici en plein dans la future théorie des *interstices* de Penrose de 1963 qui justifie la création et le développement de très nombreuses PME et, ainsi, celle de l'entrepreneuriat.

Ajoutons qu'il y a plus de soixante ans, des chercheurs américains comme Kaplan (1948), Steindl (1947) ou Churchill (1955), ou français comme Gross (1958), distinguaient déjà les PME des grandes entreprises tant dans leurs comportements que du point de vue de leur survie, de leur développement par rapport à la concurrence nationale et internationale et de leurs rôles dans le développement économique.

L'entrepreneuriat et les PME, qui comptent pour plus de 99 % des entreprises, existent depuis plusieurs milliers d'années[9] et représentent toujours la base du développement de la plupart des territoires. Leurs formes ont pu varier avec le temps, que ce soit avec les artisans et les petits commerçants ou, plus récemment, avec le phénomène de l'entrepreneuriat social qui consiste à fonder et développer des organisations dans le but de « créer de la valeur sociale » (Janssen, Bacq et Brouard, 2012) plutôt que de viser une création de valeur avant tout économique. Comme l'explique Fernand Braudel (1979) dans sa grande fresque de l'évolution du capitalisme du XV^e^ au XVIII^e^ siècle, ou avec l'industrie à domicile et le marchand apportant la matière première et reprenant le produit fini contre rémunération à la pièce ou au temps de travail[10]. Rappelons aussi que dans son ouvrage de 1776 sur les origines de la richesse des nations et donc sur le développement économique, Adam Smith avait dans l'esprit la petite entreprise ; puisqu'à son époque, la grande entreprise existait peu et surtout dans le commerce international, notamment avec les colonies.

9. Voir, par exemple, la production de faïences par plus de 500 petites entreprises au premier siècle après Jésus-Christ à La Graufesenque, près de la ville de Millau (*Condatomagus*) au Languedoc français, qui constituait la principale industrie de la région et qui fournissait tout l'Empire romain en vaisselle de qualité (Vernhet, 1991).

10. Le *putting out*, le *sweating system* ou le *verlagsystem* que certains traduisent par « marchandage » et dont les excès ont commencé par être contrôlés, par exemple, en France, par la loi du 10 juillet 1905 (Colson, 1917, p. 277 ; Le Goff, 1956).

Il faut probablement reconnaître aux Italiens les premières analyses modernes et systématiques sur le dynamisme des PME et l'entrepreneuriat, en particulier avec leurs travaux sur le développement des régions centrales italiennes à la base des districts industriels comprenant des centaines sinon des milliers de petites entreprises (Bagnasco, 1977 ; Beccatini, 1979 ; Garofoli, 1981)[11]. Notons que leurs analyses, démontrant qu'un ensemble de PME fonctionnant dans un système de coopération-concurrence, plutôt qu'en concurrence pure, pouvait très bien se développer, ont soulevé à l'époque une grande controverse. Bon nombre d'économistes voyaient plutôt cette importance des petites entreprises de la *Terza Italia* comme une *proto-industrialisation*, soit un reliquat de la première révolution industrielle qui ne pouvait perdurer en s'opposant à la tendance séculaire de la concentration des entreprises. Ces districts industriels devaient finir par disparaître au profit des très grandes entreprises en vertu de la théorie des économies d'échelle (Didier, 1980 ; Sengenberger, Loveman et Piore, 1990). Pourtant, ces travaux italiens s'appuyaient sur les remarques d'Alfred Marshall de 1890, un des pères de l'économie moderne, sur l'importance de ce qu'il appelait l'*atmosphère industrielle* (ou les *économies de sphères*) pouvant compenser l'absence d'économies d'échelle (Forte, 1971 ; Beccatini, 1989).

Cette fausse controverse, puisque les districts industriels existent toujours, même s'ils évoluent (Carbonara, 2002 ; Camuffo et Grandinetti, 2011), a finalement été relancée par l'analyse de Birch (1979, 1981), dans les années 1970 aux États-Unis, sur la primauté des petites entreprises dans la création d'emplois et dans le développement d'un très grand nombre de petites régions. Il est vrai que cette analyse a été critiquée (entre autres, par Leonard, 1986 ; Storey et Johnson, 1986 ; Davis, Haltiwanger et Schuh, 1996), critiques reprises et élargies par Harrisson (1994). Mais plusieurs études ont montré que ces blâmes étaient mal fondés (Evans et Leighton, 1989 ;

11. Ces districts industriels hors Italie ont aussi été reconnus quelques années plus tard, comme en Suède avec le district suédois du meuble de Gnosjö (Johannisson, 1983) ou encore celui de la fourrure à Montréal (Julien, 1992).

Loveman, 1989 ; Baldwin et Picot, 1995 ; Kirchhoff, 1996, 2010) ou ont été contredits par les données de long terme de l'OCDE dans la plupart des pays industrialisés (OCDE, 2005a, 2013).

Bref, dans ces analyses des quarante dernières années, qui ont finalement confirmé les PME et l'entrepreneuriat comme un domaine d'étude à part, on peut distinguer trois grandes phases : l'ère des économistes, celle des spécialistes en sciences de la gestion et, finalement, celle d'une ouverture de plus en plus grande à d'autres disciplines comme la sociologie et l'anthropologie. Nous appellerons la première phase : « De la grande entreprise aux PME » ; la deuxième : « Les PME contre la grande entreprise » ; et la troisième : « De la PME et du milieu ».

## 2. De la grande entreprise aux PME : la pensée des économistes sur l'entrepreneuriat[12]

Parmi les économistes, on peut discerner deux groupes, soit ceux critiques sur l'importance des PME dans le développement de l'économie, et ceux beaucoup plus favorables.

### 2.1. Les économistes critiques

Les économistes purs ont porté peu d'attention à la taille des entreprises, puisque ces dernières ne sont que des agents économiques, quelle que soit cette taille, ou encore un des facteurs de production, important il est vrai, mais qui ne mérite pas d'être étudié en profondeur. D'ailleurs, pour eux, le facteur « taille » ne serait pas un élément discriminant du comportement des entreprises, puisque toute entreprise n'agirait qu'en vue de maximiser le profit[13] et par conséquent de favoriser le développement

12. Une partie de cette section est adaptée de Julien (2008).

13. Par exemple, Collins, Moore et Unwella (1964) résument bien cette vision en rappelant que les économistes théoriciens qui ont touché à cette question des PME,

économique selon le principe de la *main invisible* d'Adam Smith. Ainsi, pour plusieurs économistes, tel Marchlup (1967), nul besoin d'aller plus loin : l'entreprise est une *boîte noire* qu'on n'a pas intérêt à étudier plus attentivement puisque l'analyse de son comportement rationnel suffit.

Ce n'est qu'avec les économistes de la concurrence imparfaite que le problème de la taille des entreprises s'est posé. Joan Robinson (1969), entre autres, montre que le pouvoir financier et l'aversion au risque poussent les firmes à grandir et à acquérir des positions monopolistiques, ou du moins oligopolistiques si la guerre des prix devient trop dommageable. Cette analyse remet en question la préséance de la demande, comme l'expliquait la théorie économique classique, en rappelant le pouvoir de manipulation des grandes firmes sur celle-ci. La question revient aussi avec le problème de la taille optimale. Pigou (1920), mais aussi plus tard Penrose (1963, p. 206), avaient déjà montré qu'au-delà d'une certaine taille, les coûts de management et de contrôle (ou de bureaucratie) montent plus rapidement que les autres coûts en entraînant des rendements décroissants[14].

notamment Casson (1991), voient l'entrepreneur et son entreprise uniquement comme un agent rationnel qui fait des choix optimaux dans un environnement aux dimensions limitées et très spécifiques. D'ailleurs, Casson, dans son ouvrage, ne tient compte que des grands entrepreneurs, soit ceux qui gèrent de grandes entreprises. Pourtant, Léon Walras, un des pères de l'économie marginaliste et de l'équilibre général avec Jevons et Menger, avait mis en garde ses disciples sur l'application de cette approche, celle-ci n'étant « qu'une première approximation de la réalité [...] que les jeunes économistes s'imaginent rendre de plus en plus *scientifique* à mesure qu'ils la rendent de plus en plus confuse et obscure... », comme le rappelle Antonelli, son premier assistant (Antonelli, 1939, p. 20 et 254).

14. La croyance aux avantages des économies d'échelle, qui relèverait pourtant du bon sens, s'explique en particulier par le calcul en chapelle (*en silo*) des coûts (au niveau de la production) ; alors qu'en intégrant tous les coûts, y compris ceux de contrôle, de transaction et de gestion, une bonne partie des économies d'échelle est compensée par des déséconomies d'échelle. Dès 1934, Austin Robinson avait déjà expliqué l'importance de ces déséconomies sur le plan de la gestion. Billaudot (1980), entre autres, a vérifié cette importance dans une étude longitudinale des entreprises françaises montrant que leurs coûts de gestion augmentaient de plus en plus rapidement à mesure qu'elles croissaient.

Mais, malgré ces critiques, un grand nombre de chercheurs considèrent que cette taille optimale doit être grande et que les PME doivent être vues comme une phase transitoire. Soit elles disparaîtront – ce que montre la réalité avec des taux de mortalité de près de 70 % chez les petites entreprises dans les dix premières années (Delmar, Davidsson et Gartner, 2003)[15] –, soit elles se développeront et deviendront efficaces (Pratten, 1971)[16], soit encore pour être au service des grandes entreprises en attendant d'être absorbées par elles (Harrisson, 1994). Seules quelques-unes, moins de 1 %, réussiront à grandir et à régner sur le marché assurant ainsi le développement économique. Pour ces économistes, ce faible taux relèverait entre autres de l'incapacité de la plus grande partie des entrepreneurs à diriger une grande entreprise, incapacité que l'on pourrait mesurer par une simple dispersion stochastique (Simon et Bonini, 1958 ; Lucas, 1978 ; Oy, 1983). Bref, tout développement passerait par les grandes entreprises et non par l'entrepreneuriat.

Pourtant, on connaît, dans bon nombre de régions, de petites entreprises ayant 25, 50 ou même 100 ans et qui se débrouillent très bien malgré le passage des générations, alors que de grandes entreprises disparaissent ou ne réussissent à traverser les crises qu'avec une aide massive de l'État. Par exemple, la grande crise de 2008-2010[17] a été particulièrement

15. Les statistiques sur les taux de mortalité des entreprises sont toutefois à analyser avec précaution, considérant que celles-ci sont parfois confondues avec les taux de disparition d'entreprises dans les statistiques officielles. Or, une disparition peut être motivée par une fermeture volontaire, une fusion, un rachat ou un simple changement de nom.

16. En particulier pour offrir des salaires élevés et autres avantages sociaux, comme le montraient les économistes de l'économie duale du travail : une partie de l'économie étant efficace et l'autre, composée avant tout de petites entreprises, relativement inefficace (Harrisson et Sum, 1979 ; Berger et Piore, 1980). Or, on sait que pour le même type de produit et de marché, les différences de rémunération sont beaucoup plus faibles, sinon inexistantes (OIT, 2013).

17. Certains auteurs attribuent à cette crise économique la période de 2007 à 2009 alors que d'autres considèrent qu'elle n'est toujours pas terminée en 2014, comme l'expliquaient les économistes Steven Davis et Johan Haltiwanger à la grande réunion annuelle des banquiers américains à Jackson Hole au Wyoming, en particulier à cause du vieillissement de la population et des grandes entreprises. Voir à ce propos *Le Devoir*, 26 août 2014, p. A1.

néfaste à l'industrie bancaire, ce qui a plus ou moins contraint les gouvernements de nombreux pays à intervenir par des plans de sauvetage particuliers afin d'éviter l'effondrement de leur économie. Outre le secteur financier, c'est celui de l'automobile qui a été le plus malmené par le ralentissement, conduisant à une importante restructuration de l'industrie mondiale (fusions, acquisitions et liquidation de géants de l'automobile, sur un fond de plan de restructuration financé en partie encore ici par les gouvernements). De même, au Québec, bon nombre de PME exportatrices ont vu le marché américain se fermer les fragilisant ainsi de plus en plus.

Plusieurs chercheurs ont démontré que la majorité des petites entreprises ne recherchent pas la croissance (Davidsson, 1991 ; Arcy et Guissani, 1996), de sorte que leur petite taille serait tributaire, pour bon nombre de leurs dirigeants, d'un choix raisonné et non d'une inefficience des marchés ou de leur incapacité managériale (Filion *et al.*, 2014). D'autres finissent par fermer tout simplement parce qu'elles ont atteint les objectifs de leurs dirigeants, en particulier un emploi suffisamment lucratif pour leurs besoins et ceux de leur famille tout en appliquant leur savoir ou leur métier souvent avec passion, en espérant ainsi satisfaire les besoins des clients (Walker et Brown, 2004 ; Kirchhoff, 2010 ; Julien et Marchesnay, 2011).

De même, plusieurs chercheurs ont critiqué la théorie des économies d'échelle (Gould, 1969 ; Ijiri et Simon, 1977 ; Aoki, 1986 ; Gold, 1987). Walsh (1970) expliquait que si les économies d'échelle existaient sans contraintes, elles entraîneraient à long terme la fin de toute concurrence avec quelques immenses entreprises contrôlant chaque marché, comme le prédisait d'ailleurs Karl Marx du point de vue politique. En d'autres mots, si cette théorie valait, d'une part, il serait à peu près impossible de créer de nouvelles entreprises, sinon dans des secteurs complètement nouveaux où on ne trouve encore aucune grande entreprise, ou encore toute nouvelle entreprise ne passerait pas le cap des trois à quatre ans, à moins de grandir extrêmement vite pour atteindre lesdites économies d'échelle et bloquer ensuite l'entrée d'autres entreprises (Beckenstein, 1976 ;

Gandois et Brocard, 1978). D'autant plus qu'en incluant tous les coûts réels comme ceux touchant l'écologie, toute taille optimale tend à diminuer (Julien, 2014). D'autre part, il serait impensable que les grandes entreprises fassent affaire avec des sous-traitants de petite taille, puisque par définition, il serait toujours plus avantageux d'internaliser ces parts de production, comme ce fut le cas de 1920 à 1970 avec les énormes conglomérats tant à l'Ouest qu'à l'Est. Enfin, on n'a jamais réussi à spécifier des tailles optimales, quels que soient les marchés ou les conditions institutionnelles d'opération (Reboud, 1966 ; Narver et Preston, 1976).

Quant aux capacités limitées de gestion de la plupart des entrepreneurs, cette analyse est tout simplement tautologique. En reprenant la crise financière et ensuite économique, les experts ont bien montré que l'effondrement de l'industrie automobile américaine était un « désastre prévisible » étant donné les problèmes de fonctionnement structurel de ces géants qui ne se sont pas adaptés aux nouvelles réalités de la consommation et de la concurrence. Il est d'autant plus étonnant de constater ces échecs que les dirigeants de ces entreprises sont entourés d'experts bardés de diplômes des plus grandes universités, ce que l'on ne retrouve pas ou plus rarement dans les plus petites structures. En bref, les capacités limitées ne seraient pas propres aux entrepreneurs ou dirigeants de PME !

## 2.2. Les économistes favorables

Une des théories qui a permis de justifier le rôle des PME et donc celui de l'entrepreneuriat dans le développement de diverses régions ou de différents secteurs, et ce, malgré l'absence d'économies d'échelle, est celle des interstices qu'a reprise Penrose (1963). En effet, il existe toutes sortes de petits marchés inintéressants pour les grandes entreprises, du moins pour un temps. En particulier, l'éloignement géographique, la faible taille démographique et même certaines différences culturelles dans plusieurs régions rendent leur marché peu lucratif pour plusieurs grandes entreprises. De même, l'augmentation des revenus des ménages permet de multiplier les interstices avec la segmentation de très nombreux marchés, tels ceux liés

à la mode[18] (vêtement, médias…) ou au mode de vie (décoration domiciliaire, restauration et tourisme), à l'encontre de l'économie de masse à base de produits standards particulièrement présents après la Seconde Guerre mondiale. Ces marchés exigent souvent la proximité ainsi que des relations constantes entre les clients et les fournisseurs, comme on le voit avec la multiplication des petites boulangeries-pâtisseries et des brasseries locales dans les dernières décennies[19], augmentant la différenciation des régions et même des quartiers (Jaouen et Torrès, 2008)[20]. Ce qui explique la présence d'un grand nombre de petites entreprises dans les régions, même si elles peuvent être considérées comme étant peu concurrentielles sur la base de critères économiques[21].

Par ailleurs, les changements technologiques, en *miniaturisant* un bon nombre d'équipements notamment avec l'électronique, ont augmenté la productivité comparée des petites séries et donc la compétitivité

18. L'idée de l'influence de la mode sur la segmentation des marchés est très ancienne, comme l'expliquait déjà Montesquieu dès 1721 dans sa 99e *Lettre persane* et comme le montraient les études économiques de Mauduit (1933) dans ses analyses du rôle des coutumes, des traditions et, finalement, de cette mode sur le changement et donc sur l'obligation de la publicité d'en tenir compte.

19. Petites brasseries très présentes, notamment en Allemagne, et qui reviennent en force maintenant, mais surtout petites boulangeries qu'on voyait un peu partout au Québec avant les années 1960.

20. On trouve différentes sortes de proximité, soit la *proximité cognitive*, c'est-à-dire le partage de mêmes connaissances de base, d'expertise et de références ; la *proximité organisationnelle* favorisant les relations internes dans les organisations ou externes dans des réseaux ; la *proximité socioculturelle* ou d'*encastrement* dans un tissu structuré de relations personnelles ; la *proximité institutionnelle* à base de lois ou de règles de jeu sous la gouverne gouvernementale ; et, enfin, la *proximité géographique* (Julien, 2005, p. 167-168).

21. On retrouve ainsi de plus en plus les entreprises d'aliments biologiques qui répondent à des besoins très spécifiques de certains consommateurs qui valorisent une alimentation saine par des produits du terroir dont ils connaissent la provenance en plus de favoriser la création d'emplois dans leur région. Ces entreprises locales ne peuvent concurrencer les prix des produits industriels, et misent plutôt sur une image santé et une philosophie de développement durable, mais aussi sur la proximité et donc sur un impact écologique moins grand et de faibles coûts de transport, pour se distinguer des autres.

des petites entreprises par rapport aux grandes[22]. De même, le besoin accru de flexibilité opérationnelle (Everaere, 1997) provenant du changement accéléré et de la pression de la concurrence internationale explique ce recours de plus en plus important des grandes entreprises – mais aussi des petites – à l'externalisation ou à la sous-traitance et donc la multiplication d'un grand nombre de PME dans l'environnement de ces donneurs d'ordre et notamment dans la région proche.

C'est pourquoi l'intervention des économistes favorables aux PME et à l'entrepreneuriat est allée beaucoup plus loin avec ce qu'on a appelé l'économie spatiale ou encore l'économie ou la géographie régionale. Dans le premier cas, on s'est posé la question de savoir pourquoi certaines entreprises s'installaient sur certains territoires et non sur d'autres, pourtant plus propices à leur développement. Les précurseurs sont les Allemands comme Von Thünen, Christaller et Lösch ou l'Américain Weber. Dans le deuxième cas, on a compris que les régions ne se développaient pas toutes au même rythme et de la même façon. Cette fois, on trouve à l'origine des Américains comme Isard, Mumford, Alonso et Friedman, mais aussi des Français comme Vidal de la Blache, Ponsard, Boudeville et Aydalot, et une Canadienne, Jane Jacobs, pour n'en citer que quelques-uns.

Pour ces chercheurs, il est difficile de considérer tous les territoires comme aussi propices à la création d'entreprises, à l'innovation et aux investissements venant de l'extérieur. Comme l'ont démontré ces précurseurs, le territoire est un acteur au même titre que les entreprises et la société qui les entoure. Par exemple, on sait que les grandes villes ont généralement non seulement une croissance démographique plus forte que les régions rurales, mais leurs effets d'agglomération offrant des marchés plus variés et des ressources humaines de toutes sortes favorisent la création d'entreprises dans des secteurs requérant plus de savoirs

22. Paul Reynolds (1991, p. 53) note ironiquement que la performance des grandes entreprises repose en partie sur le développement et la production d'équipements spécialisés produits justement par des PME avec des employés hautement spécialisés !

et plus de capacités complexes en équipements et en ressources humaines pour concurrencer les marchés extérieurs (Polèse et Shearmur, 2005 ; Huriot et Bourdeau-Lepage, 2009). De même, la proximité socioculturelle joue en particulier sur les transactions internationales, tout comme la proximité géographique, comme l'explique le modèle d'Uppsala en économie internationale (Johanson et Vahlne, 1977). La proximité géographique entre les firmes n'est pas neutre puisqu'elle facilite non seulement les transactions comme on le voit avec les constellations de firmes sous-traitantes, mais aussi l'échange d'informations tacites comme l'a bien montré Saxenian (1994) dans le cas de la Silicon Valley. Cela ne signifie pas qu'on ne retrouve pas d'entreprises opérant sur des marchés « complexes » dans les régions éloignées des grands centres, mais celles-ci seront relativement moins présentes. L'accès à des ressources diverses, en particulier informationnelles, pour faciliter leur développement pourrait en être l'une des causes principales.

Toutes ces interrogations ont d'abord débuté par la question à laquelle ce livre tente de répondre, soit pourquoi certaines régions relativement semblables en matière de structures démographiques et de ressources naturelles sont plus dynamiques ou plus entrepreneuriales. En simplifiant, on peut trouver trois théories répondant à cette question, soit celle touchant des ressources particulières, celle des effets de débordements et, enfin, celle de la prise en main des citoyens de leur destinée économique.

La première théorie repose sur la présence de richesses naturelles importantes capables d'attirer des investissements pour les exploiter. Ainsi, les régions québécoises dotées d'importantes forêts, de ressources énergétiques et de mines, comme la Mauricie, le Saguenay–Lac-Saint-Jean et l'Abitibi, ont profité de capitaux régionaux[23] qui, étant parfois trop limités,

23. En effet, à l'encontre de ce qu'on oublie souvent, les premières centrales hydroélectriques et les premières usines de pâtes et papiers au Québec ont débuté par des inventions ou des adaptations locales provenant d'industriels québécois comme Uldéric Carignan et Navigius Mailhot de Trois-Rivières à la toute fin

ont ensuite été rachetés et multipliés par des capitaux anglais et américains. Du côté des ressources humaines, on peut penser aux usines de textile et de vêtement qui se sont multipliées dans la première moitié du XX^e siècle pour profiter d'une main-d'œuvre abondante et peu chère dans plusieurs petites régions québécoises.

La deuxième théorie est justifiée en bonne partie par l'extension du dynamisme des pôles de croissance, dont parlait Perroux en 1955, comme dans le cas de la métropole montréalaise au Québec, extension démarrée au début du siècle précédent avec de forts investissements locaux et étrangers[24], avec graduellement des effets d'agglomération dans les zones de sa couronne nord et sud. Ces effets s'expliquent, par exemple, par les citoyens qui s'installent dans sa banlieue pour profiter de coûts de terrain moins élevés et de plus de verdure, ou encore par les petites épiceries et les garages sinon les nouveaux centres commerciaux qui s'y établissent pour répondre à cette explosion démographique. Même si ces citoyens continuent d'aller au travail dans la grande ville, ce qu'on appelle le navettage, contribuant ainsi à soutenir le dynamisme du pôle, comme nous le montrerons en particulier au chapitre 10.

Enfin, pour des régions plus éloignées, on a parlé de développement par le bas, lorsque les citoyens de souche et ceux nouvellement arrivés décident de se prendre en mains et de développer leurs propres emplois au-delà des services traditionnels personnels. Puis, graduellement,

du XIX^e siècle pour harnacher la petite rivière Shawinigan ou encore comme Alfred Dubuc, le grand rival des Price au Saguenay, dont l'expansion dans l'industrie des pâtes et papiers fut arrêtée par le manque de capitaux (Angers, 1961).

24. Encore ici, il faut noter, entre autres, à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle, le rôle de Louis-Adélard Sénécal dans le chemin de fer Richelieu-Drummond, la navigation à vapeur sur la Saint-François et la Yamaska, les scieries à Pierreville, la forge à Radnor, le câble transatlantique Halifax-Londres, etc., ou encore de Louis-Joseph Forget dans les banques et le change, intervenant dans l'électricité, le textile, l'acier, le ciment, les pâtes et papiers (la Wayagamack à Trois-Rivières) et la navigation (la compagnie Richelieu, ancêtre de la Canada Steamship Lines de la famille de Paul Martin), etc. (*ibid*).

des entreprises de secteurs plus complexes s'installent, profitant du dynamisme local, faisant ainsi boule de neige pour accélérer ce développement (Proulx, 2011).

Avec cette troisième théorie, on passe graduellement de l'approche liée aux grandes entreprises et aux économies d'échelle ou aux économies d'agglomération, aux *économies de sphères* dont nous avons parlé plus haut. Sachant que ces économies sont fondées sur des relations de confiance fortes (Karpik, 1996 ; Nooteboom, 2006a) et sont basées sur des alliances ou de la coopération systématique[25] facilitant un riche échange d'informations et leur transformation en connaissances et en nouvelles informations (Doz, 1996 ; Lang, Catalonne et Gudmundson, 1997). Ce qui montre que la compréhension de ce dynamisme ne peut se faire sans utiliser des notions échappant aux seules sciences économiques.

## 3. Les PME différentes des grandes entreprises : l'arrivée des sciences de la gestion dans le monde des PME

Cet apport du concept de coopération provient en bonne partie des sociologues et s'étend à l'idée d'insertion ou d'*encastrement* de l'entrepreneur et de son personnel dans leur milieu (Uzzi, 1996). Mais disons tout de suite que les sociologues ont mis en exergue l'importance du rôle des réseaux pour répondre aux besoins croissants d'information des entreprises (Johannisson *et al.*, 1994 ; Daft et Lengel, 1986), notamment l'information tacite réclamant une proximité socioculturelle et géographique, et donc un milieu propice pour répondre au développement de l'économie de la connaissance (Smith, 2001). Par exemple, Aldrich et Zimmer (1986) ou Veltz (2002), à la suite notamment des travaux de Granovetter (1973, 1985) ont montré que la création d'une entreprise était fortement facilitée

25. Déjà, en 1926 (p. 198), Ansiaux expliquait que les petites entreprises (notamment dans l'agriculture) pouvaient compenser leurs faibles économies d'échelle par l'*association* leur permettant de diminuer leurs coûts.

par sa participation à des réseaux efficaces (Davidsson et Honig, 2003). Les travaux qui suivirent sur le capital social et son importance, aussi sinon plus grande que celle du capital financier (Bourdieu, 1980a, 2000 ; Lin, 1999 ; Adler et Kwon, 2002), et sur lesquels nous nous arrêterons au chapitre 11, ont aussi montré que la création et le développement des PME dans de nombreuses régions étaient stimulés par la présence d'un milieu dynamique et facilitant. On sait que les réseaux, notamment ceux à signaux faibles, jouent un rôle majeur dans la multiplication d'information riche (Callon, 1999 ; Nooteboom, 2000), nécessaire pour soutenir l'innovation (Ruef, 2002 ; Julien, Andriambeloson et Ramangalahy, 2004) et indispensable à la création et au développement des PME.

Mais ces apports ont mis beaucoup de temps à être acceptés. Par exemple, les premières analyses des sciences de la gestion, comme celles de Berle et Mean (1934)[26], se limitaient aussi aux seules grandes entreprises, symboles de la concentration du pouvoir économique privé et du divorce entre propriété et contrôle. Ces auteurs expliquaient qu'à leur époque, l'actif des deux cents plus grandes sociétés américaines, valant plus de cent millions de dollars chacune et regroupant à leur tête environ 2 000 individus, représentait la moitié de la richesse totale des entreprises aux États-Unis ; et cette part devait passer, d'après eux, à 70 % vers 1950. On peut comprendre pourquoi Joseph Schumpeter, après son arrivée aux États-Unis dans les années 1930, changea graduellement son fusil d'épaule pour ne plus voir l'entrepreneur plus ou moins isolé comme source première de l'innovation.

Il est vrai qu'on peut trouver en gestion quelques précurseurs pensant autrement, comme Olivier de Serres qui énonçait déjà en 1600 diverses règles stratégiques pour bien gérer une petite exploitation agricole

26. Berle était un juriste enseignant à Columbia qui dépouilla avec ses étudiants les décisions de jurisprudence sur les très grandes sociétés, alors que Mean était un économiste statisticien engagé par le Social Science Research Council du gouvernement fédéral américain.

malgré les aléas de la température, ou comme Adam Smith qui soulignait les avantages de la division du travail dans la petite entreprise associée à des équipements de plus en plus complexes comme nouvelles formes de production. De même, il existe quelques études éparses sur la gestion des PME dans les années 1950, comme celle du Conference Board américain (1951) qui analysait la question de la bonne gestion des ressources humaines dans ces entreprises. Mais ces études, trop rares pour influencer les recherches, sont tout simplement passées inaperçues.

Ce n'est qu'avec les données sur le retournement de la tendance à la concentration dans les années 1970, qu'on se mit graduellement à étudier plus souvent et plus attentivement les petites entreprises pour finalement comprendre l'importance et la particularité de leur rôle tant dans le renouvellement de l'économie[27] que dans le dynamisme de nombreuses régions, tout en demeurant différentes des grandes entreprises.

Dans cette remise en question, le cas de la planification stratégique joua un rôle primordial alors qu'on tentait de démontrer que les PME qui pratiquaient une stratégie formelle et explicite, comme dans le cas des grandes entreprises, devaient être nécessairement plus performantes que les autres (Montebello, Saias et Greffeuille, 1975 ; Saporta, 1986). Après plusieurs tentatives, et en tenant compte du niveau de turbulence du secteur dans lequel les petites entreprises œuvrent, du type d'entrepreneur et de la forme de l'organisation, et surtout de leur taille (entre très petites, petites et moyennes), on s'est aperçu que ce postulat était fort discutable dans les petites (Robinson et Pearce II, 1983, 1984 ; Calori, Very et Arrègle, 1997) et même dans les grandes entreprises (Mintzberg, 1994). De même, pour l'innovation, de nombreuses études ont démontré que les petites entreprises étaient la source d'autant, sinon de plus

27. Pour revenir ainsi aux idées, notamment de la *destruction créatrice*, de la période autrichienne de Schumpeter, avec les nouvelles entreprises remplaçant celles incapables de se moderniser et de réagir sinon de participer au changement dans l'économie.

d'innovations que les grandes, ou que du moins il en coûtait beaucoup moins cher dans les premières pour innover (Nooteboom, 2000), comme nous en discuterons au chapitre 4.

D'autres travaux suivirent, en particulier en finance (Ang, 1992 ; BOE, 1996 ; Le Cornu *et al.*, 1996 ; St-Pierre, 1999), en gestion des ressources humaines (Mahé de Boislandelle, 1988 ; Bacon *et al.*, 1996 : Fabi et Garand, 2005) ou en marketing (Coviello, Brodie et Munro, 2000), montrant bien que les concepts et outils de la grande entreprise s'appliquaient peu ou mal ou devaient tout simplement être remplacés par des outils propres tant pour les très petites que pour les petites et les moyennes entreprises. Des chercheurs montraient ainsi que certaines caractéristiques, telles qu'une proximité particulière avec le personnel de l'entreprise et vis-à-vis de la clientèle, différenciaient les petites entreprises des moyennes et surtout des grandes et affectaient fortement leur comportement marketing[28] et leur capacité à innover et à s'adapter finalement à chaque client (Torrès, 2003 ; Pacitto et Julien, 2006). Par ailleurs, l'aspect organique des PME et le fait qu'elles peuvent changer de profil et de structure tout au long de leur développement, a mené Berger et Udell (1998) à proposer une analyse de leur financement modulable selon leur degré de maturité. Contrairement aux hypothèses de l'économie classique de perfection des marchés, l'offre de financement des PME n'est pas uniforme, ce qui influence directement leur structure de financement et les distingue de façon significative des grandes entreprises.

Bref, les PME sont différentes non seulement à cause du caractère holistique de leur fonctionnement, mais aussi à cause de leur hétérogénéité, notamment de la très grande part des toutes petites entreprises dont les travailleurs autonomes, et certaines qui emploient quelques employés, et qui représentent ensemble plus de 70 % des entreprises. Cette hétérogénéité fait qu'il est erroné de parler de la même façon des toutes petites, des petites ou des moyennes entreprises, ou des entreprises manufacturières

28. Ce qu'on a finalement appelé le marketing relationnel.

vis-à-vis de celles œuvrant dans les services, ou encore des organisations ordinaires par rapport à celles de haute technologie[29], comme nous le verrons au chapitre 5.

## 4. Les PME et l'ouverture aux autres sciences

Dans les dix ou vingt dernières années, à la suite des travaux, par exemple ceux de Durkheim (1893), rappelant que les individus sont des êtres sociaux au comportement influencé systématiquement par leur milieu et les institutions qui les entourent, ou encore de James (1908, cité dans Pirou, 1946) critiquant le simplisme de l'*homo œconomicus* qui n'agirait que pour son intérêt personnel[30], des chercheurs d'autres disciplines se sont intéressés aux comportements sociaux ou collectifs des entrepreneurs et des PME.

Il est vrai que des précurseurs, tel John Maurice Clark (1926), avaient déjà intégré ces vues dans leur analyse économique ; mais ces enseignements avaient vite été oubliés avec l'influence des économistes théoriciens et de l'importance qu'ils donnaient à l'agent isolé, en concurrence contre tous les autres.

29. Ajoutons à ces éléments de distinction d'autres qui ont été identifiés dans des activités de diagnostic de performance. Ainsi, St-Pierre (1999) a pu montrer que les PME manufacturières se distinguaient également entre elles selon l'orientation stratégique de leur propriétaire-dirigeant, selon également la concentration de la clientèle et la dépendance face à un client majeur, et selon le rythme de croissance. Brièvement, l'orientation stratégique définie par la direction est le principal déterminant du profil des PME et ainsi de leur homogénéité, affectant le choix des ressources mobilisées de même que leur accès, ainsi que le portefeuille de pratiques d'affaires et de routines qu'elles devront maîtriser pour développer leurs capacités dynamiques afin d'être concurrentielles.

30. Schumpeter (1908, p. 217) rappelait que l'*homo œconomicus* était une pauvre figure sans esprit et moins qu'humain (« *the homo œconomicus remains a poor figure denied of spirit and less than human* »). Sen (1977, p. 336), prix d'économie de 1998 géré par la fondation Nobel, ajoutait que ce n'était finalement pour ces économistes qu'un *fou rationnel* (« *a "rational fool"..., who always act to obtain as much as possible at the least possible price, leaving aside any other preoccupations such as habits, laziness, ignorance, friendship, carefree attitudes, etc.* »).

Par exemple, plusieurs anthropologues se sont penchés sur des entrepreneurs particuliers comme les entrepreneurs immigrants et leurs entreprises, influencés fortement par leurs traditions d'origine et par leurs contacts avec leur groupe social (Steward, 1991 ; Basu, 1998). Pour leur part, les psychologues ont analysé les comportements créatifs des petites organisations, notamment les capacités particulières de leur personnel à penser *latéralement*[31] pour innover aussi sinon plus efficacement que les grandes entreprises (Scherer, 1984 ; Amabile, 1997). Ils ont aussi montré que ces comportements évoluent avec l'expérience et la qualité de l'organisation (Nadram, Born et Samsom, 2007). C'est ce qui a permis de critiquer fortement la théorie des traits (Kets de Vries, 1977 ; Chell, 2001), pourtant toujours en vogue chez des chercheurs comme certains cognitivistes (Mitchell, Busenitz *et al.*, 2007), recherchant en vain une clé sûre pour discriminer les entreprises à succès afin de répondre aux besoins des investisseurs ou des intervenants gouvernementaux. De même, les sociologues, comme nous venons de le dire, ont démontré l'influence majeure de l'environnement ou du milieu pour expliquer la constance ou le succès des PME, notamment durant les phases de création des entreprises (Shaver et Scott, 1991 ; Larson et Starr, 1993 ; Greve et Salaff, 2003 ; Watson, 2006)[32]. Ces approches plus sociales ont été soutenues par la dure critique du philosophe Jürgen Habermas (1987a et b) envers le rationalisme individuel tiré des enseignements de Max Weber et, encore plus, de ses disciples comme Sombart et Offenbacher, alors que tout rationalisme est influencé par les origines, l'environnement familial et de travail, par les objectifs de chacun dans son milieu de vie et par l'époque.

31. À noter que l'importance de la *pensée latérale* pour innover est très ancienne, comme on peut le lire chez Pella y Forgas en 1892 : l'innovation, c'est « *pensar como de lado, porque las más de las ideas nuevas ú originales las hallamos por digresión…* » (p. 15), ce dernier se référant d'ailleurs à un ouvrage plus ancien encore de Souriau (1881) donnant toute son importance à l'imagination dans l'invention et l'innovation.

32. Veblen (1900), dont nous avons parlé plus haut, parlait déjà il y a plus de cent ans de l'importance de l'*ambiance sociale* (« *mood, atmosphere* ») sur le comportement des consommateurs et des entrepreneurs.

## 5. Vers la complexité

On peut constater que les théories touchant les PME et l'entrepreneuriat sont passées d'une vision relativement simple, sinon simpliste, se limitant souvent aux seuls comportements des entrepreneurs, à une approche de plus en plus complexe, multipliant les acteurs qui, insérés dans leur milieu, s'intéressent au développement des PME. Sur le plan économique, on est passé de la grande entreprise centralisée, qui considère peu son organisation, si ce n'est pour mieux encadrer le personnel selon les leçons tirées du taylorisme, à des liens nouveaux entre grandes et petites entreprises ou encore avec d'autres acteurs territoriaux qui soutiennent le développement. On a ainsi pu développer en sciences de la gestion des concepts et des pratiques particulières pour les PME. D'autant plus que même les outils bâtis spécifiquement pour les grandes entreprises sont critiqués en regard du changement accéléré de l'économie et de la mondialisation.

Finalement, d'autres sciences, comme l'histoire et même la philosophie, ont apporté de nouveaux concepts montrant que le développement de chaque PME ne peut être compris sans tenir compte des équipes entrepreneuriales et de leur organisation, et des autres acteurs dans le milieu et même des conventions ou règles du jeu offertes par l'environnement ou des institutions formelles et informelles, comme le rappelle North (1991) et comme l'ont bien montré les conventionnalistes français (Gomez, 1997).

Pour Anderson et Miller (2002), l'entrepreneur et la petite entreprise sont devenus « des produits de leur environnement social[33] ». Ce qui nous permet de revenir à l'analyse institutionnelle de Veblen et de Commons démontrant que les institutions jouent un rôle important dans l'entrepreneuriat.

33. « Ils sont le produit de leur environnement social [...] et la façon dont ils perçoivent les opportunités est influencée par les interactions sociales et les antécédents sociaux des individus ». Downing (2005, p. 196) ajoute que « l'entrepreneuriat [...] résulte de l'accomplissement social et collaboratif » (traduction libre).

Ce qui veut dire que notre analyse sur la mesure de l'entrepreneuriat sera complexe et tiendra compte non seulement des comportements des PME, mais aussi de la prise en compte des parties prenantes que sont les employés, les clients, la famille et le milieu.

Notre ouvrage n'a toutefois pas la prétention de répondre de façon définitive à toutes les questions qui y sont soulevées, puisqu'il reste encore beaucoup à faire pour bien comprendre l'entrepreneuriat et en mesurer non seulement les facteurs stimulants, mais en saisir toute la portée et les diverses répercussions. Nous offrons toutefois aux lecteurs une vision critique de ce champ de l'économie tout en les invitant à prendre cette critique en compte dans leurs propres analyses.

## 6. Le plan du livre

Ce livre comporte trois grandes parties. La première s'arrête sur une définition de l'entrepreneuriat. La deuxième essaie de résumer les très nombreuses études tant conceptuelles qu'appliquées sur ce qu'on entend par l'entrepreneuriat et ses causes ou ses déterminants en discutant aussi des contraintes ou des difficultés pour ce faire, dont plusieurs n'ont pas encore été surmontées. La troisième partie est une application de ce qui a été précédemment dit sur l'entrepreneuriat dans les régions québécoises, tant les grandes régions que les municipalités régionales de comté, pouvant être appliqué à d'autres territoires.

La **première partie** comprend deux chapitres, le premier s'arrêtant sur la création et la disparition d'entreprises, un des éléments clés de l'entrepreneuriat et auquel on se réfère le plus souvent, ce qu'on appelle l'approche schumpétérienne (Schumpeter, 1924, 1934). Mais l'entrepreneuriat touche aussi l'évolution des entreprises lorsqu'elles passent à travers les premières années, évolution s'expliquant par le renouvellement de l'opportunité première, mais aussi par l'innovation qui permet

de s'adapter au changement dans l'économie tout en se distinguant de la concurrence, soit l'approche kirznérienne (Kirzner, 1973) ; ce qui sera abordé dans le deuxième chapitre.

La **deuxième partie** est d'abord conceptuelle afin d'approfondir cette définition de l'entrepreneuriat qui nous conduira, à la fin, à la mesure de ce concept ; tout en étant par la suite appliquée dans divers essais d'opérationnalisation où seront identifiées leurs limites. Elle compte six chapitres.

Dans le troisième chapitre, nous voyons ce que les chercheurs disent du processus entrepreneurial en recourant à des modèles de façon à expliquer les liens entre les éléments explicatifs et les répercussions sur l'économie. Le chapitre suivant, le quatrième, résume les applications de ces modèles dans la réalité, soit entre les pays, ou encore entre des régions d'un même pays. Le chapitre 5 discute de diverses questions que ces applications génèrent, soit les types d'entreprises créées selon leurs apports dans le développement économique, leur rythme de croissance ou leur portée vis-à-vis de la mondialisation des marchés.

Ces analyses nous permettent de préciser au chapitre 6 les causes ou les déterminants théoriques de l'entrepreneuriat, leur valeur et leurs effets potentiels et possiblement contradictoires.

Au chapitre 7, nous parlons des différents indicateurs utilisés dans la littérature pour mesurer l'entrepreneuriat touchant la création d'entreprises et l'innovation, avec comme exemple quelques données canadiennes et québécoises, tout en en montrant les limites.

Enfin, au chapitre 8, les principales difficultés d'une telle démarche sont abordées afin de mieux préciser la portée des variables et leur comparabilité, et les sources potentielles avec leurs limites.

Dans la **troisième partie**, nous passons à l'application de tous ces éléments pour distinguer et mesurer les déterminants et pour en définir les principales causes ou explications.

Le chapitre 9 s'arrête aux grandes régions québécoises et à leurs différences entrepreneuriales, avec, à titre d'illustration, des analyses bivariées de quelques déterminants.

Le chapitre 10 reprend ces analyses avec les 97 municipalités régionales de comté (MRC) (en ne tenant pas compte des récentes divisions de quelques-unes d'entre elles), en mesurant la valeur d'une vingtaine de variables quantitatives et explicatives des différences entrepreneuriales, et ce, par des analyses multivariées.

Enfin, le chapitre 11 porte sur des variables socioculturelles, qui viennent combler certaines lacunes dans les variables principalement économiques analysées aux chapitres précédents et qui n'arrivent pas à tout expliquer.

En conclusion, nous revenons sur les variables les plus discriminantes expliquant les différences entrepreneuriales dans les régions et sur les politiques pouvant être appliquées afin de favoriser cet entrepreneuriat. Évidemment, nous discutons aussi des limites de l'analyse et de ce qu'il reste à faire pour comprendre encore mieux ce phénomène.

## 7. Les lecteurs

Ce livre s'adresse à quatre types de lecteurs. Le premier type concerne les intervenants en région. Le deuxième relève des chercheurs et étudiants au niveau de la maîtrise ou du doctorat. Le troisième s'arrête aux fonctionnaires des ministères économiques. Le dernier fait appel aux décideurs politiques qui cherchent les meilleurs moyens pour soutenir ou stimuler le développement régional.

Pour l'intervenant, non seulement l'ouvrage facilitera sa compréhension du développement régional et sa complexité, mais il lui permettra d'évaluer les interventions et de les situer dans un environnement complexe où chaque mesure d'intervention est rarement isolable et doit servir à en appuyer d'autres. Il lui permettra aussi de bien distinguer la dynamique des PME de celle des grandes entreprises et l'importance d'évaluer leurs liens avec le territoire.

Pour le chercheur et l'étudiant qui s'intéressent au développement régional, à l'entrepreneuriat, aux PME, l'ouvrage les aideront à avoir une meilleure vue d'ensemble des politiques d'intervention avec leurs complémentarités, mais aussi à comprendre comment fonctionne le développement régional et entrepreneurial à partir des différentes théories soutenant les approches concrètes.

Quant aux fonctionnaires, un tel exercice pourra les aider à mieux aborder l'économie réelle formée de différents acteurs, allant au-delà des théories néoclassiques ou néolibérales et des modèles souvent trop simplistes encore enseignés dans nos facultés économiques. En particulier, ils pourront comprendre qu'une des grandes ressources sous-jacentes à cette économie est l'information et son échange basé sur la confiance pour stimuler la recherche d'opportunités et l'innovation, facteurs clés de la distinction des entreprises et des territoires.

Enfin, le décideur politique, après sa lecture du livre, aura une meilleure idée des raisons expliquant pourquoi certaines régions sont particulièrement dynamiques comparativement à leurs voisines et pourquoi certaines politiques sont efficaces et d'autres non.

Signalons que bien que bon nombre d'illustrations et d'applications aient eu recours à des données provenant du Québec, les analyses et les conclusions que l'on peut en tirer ont une portée bien plus grande, utiles en dehors de ce territoire, que ce soient dans des pays développés, en développement ou en émergence. Nos travaux sur l'entrepreneuriat, les PME et l'entrepreneur réalisés dans divers pays montrent beaucoup

de similitudes, même si certaines transpositions de résultats sont à éviter. Il faut évidemment considérer les contextes économiques et institutionnels prévalant dans les régions avant d'appliquer les résultats de travaux réalisés ailleurs. Cette mise en garde vaut également pour l'application de conclusions tirées de travaux réalisés il y a de nombreuses années. On constate en effet l'importante évolution dans certains domaines, comme le rythme d'entrée des PME sur les marchés internationaux, l'étendue de leurs activités d'innovation, la valorisation de diverses notions de performance incluant les nouvelles tendances au développement durable et à la responsabilité sociale. Par ailleurs, on note aussi que les travaux produits il y a plus de 200 ans par des visionnaires, tels Olivier de Serres ou Jean-Baptiste Say ont toujours leur pertinence aujourd'hui. Il appartient donc au lecteur de voir si le contexte dans lequel il souhaite appliquer les préceptes inclus dans cet ouvrage est approprié.

À noter aussi que tous les chapitres sont précédés d'une citation tirée de *De la démocratie en Amérique* écrit par Alexis de Tocqueville, et faisant suite à son année passée[34] aux États-Unis naissants[35] pour y étudier le système pénal. Ce séjour a permis à Alexis et à son ami Gustave de Beaumont de visiter les principales villes de la Nouvelle-Angleterre, des Grands Lacs, du sud-est et même de la Louisiane. Ce qui a finalement donné cet ouvrage majeur sur les systèmes politiques et la démocratie et sur la liberté citoyenne, en comparant ce qu'ils ont vu dans les différents États américains et ce qu'ils connaissent des suites des révolutions françaises et de l'histoire d'Angleterre. Recourant aux travaux de Bodin et de Montesquieu[36], Tocqueville constate que dans cette démocratie en formation, tout semble possible. En particulier, il comprend que son

34. D'avril 1831 à février 1832.

35. À ce moment, moins de 50 % du territoire est occupé par les immigrants. Le reste appartient encore aux Amérindiens qui seront décimés par la suite tant par les maladies et les tueries de certains colons, que par les famines à mesure que le contrôle du territoire s'étend et décime les animaux, notamment les bisons, dont les autochtones se nourrissaient, comme l'explique Tocqueville.

36. Bodin (1949 [1576]) et Montesquieu (1815 [1748]).

développement est finalement basé sur l'initiative et l'intérêt personnels, soutenus par le milieu ou la communauté et les immenses ressources disponibles, soit tous les éléments nécessaires à l'entrepreneuriat. De plus, il note que l'esclavage dans le sud américain explique en partie la défaite des États confédérés à cause de la paresse et du manque d'imagination des Américains du Sud pour améliorer systématiquement la production que cet esclavage ralentit[37]. Toutefois, il souligne que ce sens de l'initiative est limité par la religion, notamment provenant de la multitude de sectes religieuses, et de certains excès comme la corruption[38]. Dès sa parution, l'ouvrage a connu un succès fulgurant tant en France que dans d'autres pays comme l'Angleterre et les États-Unis avec sept éditions dans les deux premières années de sa parution.

Bref, le présent livre est, à notre connaissance, un des plus complets sur le sujet, même s'il reste encore beaucoup à faire pour saisir toute la complexité de l'entrepreneuriat. Il s'ajoute à des travaux antérieurs notamment à l'ouvrage de Pierre-André Julien intitulé *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance. Une métaphore des romans policiers*, publié en 2005 dans la même collection et traduit depuis lors en six langues.

37. Adam Smith (1776, p. 87) avait déjà noté cela en écrivant « que l'ouvrage fait par des hommes libres revient au bout du compte à meilleur marché que celui qui est fait par des esclaves. Cette remarque se vérifie à Boston même, à New-York et à Philadelphie, où le salaire est si haut ».

38. De Tocqueville (1835, p. xxvii).

PARTIE **1**

# L'entrepreneuriat et son développement

*Sur les deux rives de l'Ohio, la nature a donné à l'homme un caractère entreprenant et énergique ; mais de chaque côté du fleuve il fait de cette qualité commune un emploi différent. Le blanc de la rive droite, obligé de vivre par ses propres efforts, a placé dans le bien-être matériel le but principal de son existence [...] Tourmenté du désir de richesse, on le voit entrer avec audace dans toutes les voies que la fortune lui ouvre [...] L'Américain de la rive gauche ne méprise pas seulement le travail, mais toutes les entreprises que le travail fait réussir.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 1, partie 2, chap. X, p. 324-325

*Dans cette première partie, nous allons proposer notre définition du concept d'entrepreneuriat et préciser son importance dans le développement économique. Par la suite, nous nous arrêterons aux deux éléments clés touchant l'entrepreneuriat : l'opportunité et l'innovation. Ces deux éléments sont à la source de la création des entreprises et des changements nécessaires pour assurer leur pérennité.*

*Le premier chapitre porte sur cette définition de l'entrepreneuriat tout en s'arrêtant particulièrement à la notion d'opportunité qui explique l'idée de départ et la capacité de distinction de chaque entreprise sur le marché grâce à l'innovation. Le deuxième chapitre s'arrête sur cette innovation ou sur les mécanismes qui la favorisent, innovation transformant non seulement l'entreprise, mais également son environnement selon le principe de la destruction créatrice.*

Chapitre 1

# L'entrepreneuriat et l'opportunité

## Une définition

*Dans les pays où la richesse, comme le pouvoir, se trouve concentrée dans quelques mains et n'en sort pas, l'usage de la plupart des biens de ce monde appartient à un petit nombre d'individus toujours le même ; la nécessité, l'opinion, la modération des désirs en écartent les autres [...] Il n'en est plus ainsi lorsque, tous les privilèges étant détruits, les rangs se mêlent et que tous les hommes s'abaissent et s'élèvent sans cesse sur l'échelle sociale [... L'ouvrier] s'efforce d'inventer des procédés qui lui permettent de travailler, non pas simplement mieux, mais plus vite et à moindres frais.*

Alexis de Tocqueville, 1835, tome 2, partie 1, chap. XI, p. 79-80

Comme l'entrepreneuriat est un concept relativement nouveau, tel que rappelé en introduction, il est important de s'arrêter à sa définition même si la théorie qui la sous-tend est toujours en évolution sinon en contestation (Rehn *et al.*, 2013). Une des raisons de cette situation provient de l'hétérogénéité et de la complexité des toutes petites, des petites et des moyennes entreprises, qui en sont un des principaux résultats, et de la variété des différents territoires sur lesquels l'entrepreneuriat se développe. Ce chapitre va s'arrêter à cette définition de l'entrepreneuriat tout en se penchant sur ce qui permettrait de mieux comprendre son application, en particulier la saisie d'opportunités, et le développement économique qui, lui, est lié à la multiplication des entreprises et à leur

développement[1]. Dans cet entrepreneuriat, nous nous pencherons en particulier sur les petites entreprises et sur les entrepreneurs avant tout privés, les plus nombreux dans nos économies de marché encore trop souvent oligopolistiques. On sait que l'étude de l'entrepreneuriat s'arrête non seulement à ces divers types d'entreprises, mais aussi à leurs différentes tailles : des travailleurs autonomes, avec possiblement un ou deux employés, aux moyennes entreprises, avec deux ou trois cents employés, dont certains comportements peuvent être plus proches de celui observé dans les grandes entreprises[2].

1. Il est vrai que l'entrepreneuriat peut aussi concerner les grandes entreprises et d'autres types d'organisations, comme les organisations publiques et les coopératives. Mais nous portons notre attention dans cet ouvrage principalement sur les très petites, les petites et les moyennes entreprises comme conséquence de l'entrepreneuriat, car elles sont les plus présentes et souvent le principal moteur du développement économique des régions. Ajoutons, comme nous le verrons à la partie 3, que les petites entreprises, notamment celles qui relèvent du travail autonome, comptent pour près de 90 % des nouvelles créations et donc d'une bonne partie de l'entrepreneuriat, comme le reconnaissent d'ailleurs les analyses du Global Entrepreneurship Monitor (Bosma *et al.*, 2007) ou encore les rapports annuels de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat (OCDE, 2011, 2013).

2. À noter que nos travaux montrent que ce n'est pas uniquement une plus grande taille qui rend les PME comparables aux grandes entreprises et amène une professionnalisation et un plus grand formalisme de leurs activités, mais également la dispersion de la propriété et le fait que plusieurs partenaires externes font partie de l'actionnariat (St-Pierre, 1999). Plus la propriété de l'entreprise est dispersée et détenue par des actionnaires non membres de la famille et n'ayant aucun lien familial ou amical avec les fondateurs ou les principaux dirigeants, plus les objectifs de l'entreprise sont de nature économique et financière. Cette dispersion de la propriété se fait très rapidement selon l'ampleur des besoins monétaires pour assurer le développement de l'entreprise, et n'est pas liée à son âge. Les entreprises très technologiques qui ont besoin d'importants capitaux pour satisfaire une clientèle mondiale verront leur propriété s'ouvrir à des actionnaires externes très tôt après leur création, soit par un accès au marché boursier, soit par la venue d'un capital risqueur. Ces nouveaux actionnaires non émotivement engagés dans le développement de l'entreprise obligeront l'implantation de différents mécanismes de gestion et de contrôle pour surveiller leur investissement et s'assurer de le rentabiliser à la hauteur de leurs attentes. Il demeure toutefois qu'un très grand nombre d'employés oblige le plus souvent à formaliser la gestion afin que tous ou la plupart d'entre eux connaissent clairement les directives ou les orientations de la firme. À l'encontre d'une petite entreprise dans laquelle l'entrepreneur peut expliquer directement ces orientations et les corriger au fur et à mesure que l'action se déroule.

Pour atteindre cet objectif, nous allons d'abord relever dans la littérature les principaux concepts touchant cette théorie pour nous permettre d'en arriver à une définition de l'entrepreneuriat. Puis, nous allons distinguer les objectifs des intervenants pour mieux reconnaître la dynamique entrepreneuriale et ses contraintes, de façon à les aider à mieux orienter leurs actions. Enfin, nous conclurons sur la nécessité d'aller plus loin dans cette approche.

## 1.1. La définition de l'entrepreneuriat

Malgré les difficultés pour la communauté scientifique de s'entendre sur une définition commune de l'entrepreneuriat, l'analyse de la documentation permet de relever cinq éléments qu'identifient les chercheurs comme fondement de ce concept, soit 1) le rôle clé de l'entrepreneur, 2) la prise de risque ou, plutôt, la capacité de l'entrepreneur à faire face à l'incertitude, 3) la mise sur pied et le développement d'une organisation, 4) la découverte ou la création d'opportunités, et 5) un environnement socioéconomique adéquat ou favorable. Commençons cette discussion par le concept de l'entrepreneur d'où provient le mot entrepreneuriat.

### 1.1.1. Le rôle clé de l'entrepreneur

Ce mot, entrepreneur, d'origine française existe depuis plusieurs siècles, mais initialement il n'avait rien à voir avec le monde des affaires. Il provient de deux mots, soit *entre* et *prendre*, ou encore assiéger et prendre en tenaille une forteresse ou une ville pour en tirer tout le profit une fois celle-ci tombée aux mains des attaquants, des *entre-preneurs*, comme l'explique Hélène Vérin (1982). Il est lié au mot *fortune* qui veut dire autant richesse que hasard[3], montrant bien que le fait de vouloir s'emparer d'une forteresse peut très bien finir par l'abandon ou un désastre si les défenseurs sont plus forts ou plus chanceux que les attaquants. Par exemple,

3. Ce que montre, par exemple, la *roue de fortune*. Cette roue était l'emblème de la déesse Fortuna représentant la succession d'événements heureux et malheureux de la vie humaine.

Hardoin de Pérefixe (1644, p. 177), dans son ouvrage sur Henri IV écrit pour le jeune Louis XIV dont il fut précepteur, à propos de la volonté du duc de Savoie de « se venger et se dédommager de la perte de son Marquisat de Saluces » aux mains d'Henri IV en attaquant Genève, explique le rôle de ces entrepreneurs : « essayant de la surprendre par escalade [...] Le commencement en fut assez heureux [...] Cependant les bourgeois furent éveillés par les cris des fuyards d'un corps-de-garde qui découvrit les *entrepreneurs*[4], et qui, aussitôt, se firent chargés par eux ». Cette origine guerrière marque bien l'idée du risque pour un entrepreneur créant son entreprise afin de *conquérir* un marché ; soit le risque de se faire bouter dehors par des concurrents déjà bien établis et ainsi de perdre son investissement et même sa maison si elle a servi de garantie à ses emprunts de départ.

Un entrepreneur, qu'il soit seul ou en association, comme c'est de plus en plus souvent le cas (Chabaud et Condor, 2009)[5], c'est celui qui crée son entreprise et qui, de ce fait, perturbe le marché par cette nouvelle présence. C'est lui qui la gère jusqu'à sa vente, sa fermeture ou sa faillite. Pour ce faire, il organise les diverses ressources, les adapte aux besoins du marché et les transforme graduellement pour faire face au changement. C'est cette capacité de transformer régulièrement son entreprise qui fait qu'on peut toujours le dénommer entrepreneur. Sinon, quand il accepte de plus en plus les routines, il devient gestionnaire ou manager. Ce dernier mot vient aussi du français, du mot *ménagère*, soit celle qui gère avec parcimonie les biens de la famille pour faire face aux aléas de la vie (Vérin, 1982).

L'entrepreneur est donc la source de nombreuses innovations tant matérielles (par exemple, l'achat ou la transformation de nouveaux équipements) qu'immatérielles comme la réorganisation du travail dans l'entreprise,

4. C'est nous qui soulignons.

5. Une enquête réalisée par la Fondation de l'entrepreneurship montre que les jeunes âgés de 18 à 34 ans qui auraient l'intention de créer une entreprise, le feraient seuls dans une proportion de 40 %, et avec deux associés ou plus dans une proportion de 37,8 % (les autre réponses concernent la création d'organisations à but non lucratif et d'entreprises de type coopératif). L'enquête ne révèle toutefois aucune information quant aux réelles créations en solitaire ou collégiales (FDE, 2014).

innovations dont nous parlerons en détail dans le chapitre suivant. Mais l'entrepreneur est aussi celui qui crée de la richesse pour la communauté et qui est à l'origine du changement dans l'économie, ce qui constitue un élément clé de l'entrepreneuriat (Schumpeter, 1924; Julien, 1989).

L'entrée en action de l'entrepreneur s'explique en partie par toutes sortes d'influences tant au sein de la famille que durant les études ou les expériences de travail dans une petite entreprise, pendant les vacances scolaires entre autres. Mais elle provient aussi de la découverte d'une idée, d'une opportunité dont nous discuterons plus bas, qui peut mûrir plus ou moins lentement et qui mènera à l'achat ou à la création de cette entreprise. On sait que l'apprentissage dans une PME est une des meilleures écoles (Holcombe, 1998), car cela permet de comprendre la complexité de la gestion d'une entreprise pour quiconque voit et écoute, contrairement à travailler des dizaines d'années dans une grande entreprise sans être en contact avec les différentes fonctions.

Il faut noter que l'entrepreneur est toutefois rarement seul pour entreprendre. Il profite d'un milieu qui lui fournit des ressources et des compétences, et est le plus souvent soutenu par sa famille proche ou élargie, et par des amis, dont certains participent activement à la création en apportant idées complémentaires et même argent, dans ce qu'on appelle justement le *capital amical*. On note aussi, dans ces *parties prenantes*, certains clients de départ, notamment lors d'un essaimage (Filion, Luc et Fortin, 2003), mais aussi ceux qui participent directement[6] ou indirectement à cette création dans les premières années (Sarasvathy, 2008). Cet appui peut être crucial pour surmonter l'incertitude à laquelle doit faire face tout entrepreneur puisque d'autres croient à l'aventure, diminuant ainsi le doute.

6. Par exemple, un fabricant de machines pour l'industrie du meuble et la transformation du bois du Centre-du-Québec a comme stratégie de travailler souvent avec certains clients afin de développer de nouvelles machines pour lesquelles ils acceptent de prendre en charge une partie des coûts de développement pour s'assurer que la nouvelle machine répondra parfaitement à leurs besoins, quitte à ce que cette machine soit ensuite transformée pour un plus grand marché (Julien *et al.*, 2003a).

### 1.1.2. L'incertitude et le risque

L'incertitude et le risque sont omniprésents dans les décisions des individus tant au sein des organisations que dans la sphère privée. Dans le contexte de l'entrepreneuriat, qui nous intéresse, ils sont au cœur même des décisions et des actions (Gifford, 2003). Si les gains associés aux différentes décisions des entrepreneurs étaient assurés, tout le monde saisirait les occasions d'affaires et l'entrepreneuriat ne présenterait plus d'intérêt (McMullen et Shepherd, 2006). De ce fait, on considère généralement que la propension à prendre des risques et la capacité à affronter l'incertitude constituent des traits distinctifs d'un entrepreneur, même si ces caractéristiques ne sont pas nécessairement supérieures à celles présentes dans la population en général.

Bien que souvent confondus (Lueg et Borisov, 2014), l'incertitude et le risque sont deux notions distinctes et n'affectent pas les décisions de la même façon. On parle de risque quand il y a possibilité d'attribuer des probabilités aux conséquences de chacune des options envisagées (Knight, 1921) et d'incertitude lorsqu'il est impossible de leur en attribuer définitivement. Toute création ou toute innovation induit de l'incertitude, puisque la nouveauté intrinsèque qui la caractérise ne permet pas d'être assuré que l'opération sera couronnée de succès (McMullen et Shepherd, 2006). De ce fait, l'incertitude constitue la contrainte majeure chez tous ceux qui ont ou auraient l'idée de se lancer en affaires (Julien et St-Pierre, 2012). C'est pourquoi la plupart hésitent et finissent par reculer au fur et à mesure qu'ils appréhendent les conséquences d'une telle décision tant sur leurs avoirs actuels et leurs revenus futurs que sur la façon d'occuper leur temps productif. L'incertitude affecte les décisions entrepreneuriales (McKelvie, Haynie et Gustavsson, 2011), car elle conduit au doute et à l'hésitation dans la décision (McMullen et Shepherd, 2006). Elle est donc considérée comme un inhibiteur des activités entrepreneuriales telles que la création d'entreprises, le développement d'un nouveau marché ou l'innovation.

L'environnement est généralement considéré comme la principale source d'incertitude (Milliken, 1987). Celle-ci tend à croître avec l'appréhension de l'augmentation de la concurrence, de l'accélération du changement

technologique et de l'évolution rapide des goûts et des besoins de la clientèle. L'incertitude est grande dans une industrie particulièrement nouvelle, complexe et turbulente et s'accentue avec le dynamisme, la complexité et la volatilité de l'environnement (Wilson, 1999). Ces éléments qualifiés de turbulences environnementales semblent nuire aux décisions d'innovation (Freel, 2005), d'internationalisation (Sanchez-Peinado et Pla-Barber, 2006) et de création d'entreprises (Liao et Gartner, 2006). En effet, leur influence tient au fait qu'ils rendent obsolète l'information détenue, en particulier lorsqu'ils sont fréquents et inopinés, et empêchent l'entrepreneur d'anticiper l'évolution de la situation.

La diversité des comportements dans les milieux entrepreneuriaux suggère que cette incertitude environnementale serait subjective et relèverait surtout des perceptions des individus (Duncan, 1972 ; Ucbasaran *et al.*, 2010). Elle serait le reflet de leur ignorance ou de leur incapacité à prévoir, avec relativement de précision, les changements et les événements à venir et les conséquences sur leur organisation (Milliken, 1987). Le profil des individus et les dimensions cognitives telles que les biais (erreur de jugement) ou les heuristiques (raccourcis dans la prise de décision) deviennent alors des éléments clés pour comprendre les différences de comportements des individus dans un même contexte objectivement incertain (Tversky, 1974 ; Duncan, 1972).

Par exemple, dans le cadre d'une recherche exploratoire, nous avons étudié la réaction de dirigeants de PME qui devaient prendre une décision d'investissement dans un contexte incertain (St-Pierre, Julien et Defays, 2014). L'étude de leur processus décisionnel révèle une importante diversité dans la manière dont les dirigeants perçoivent et gèrent l'incertitude. Cela fait écho à la diversité des comportements que l'on observe sur les marchés et aux interrogations qui en découlent : pourquoi certains mettent-ils au monde une entreprise pour opérer dès le départ sur des marchés complexes (Oviatt et McDougall, 2005), alors que d'autres préféreront s'investir dans un projet simple, où l'environnement est contrôlé et peu turbulent ?

Toutefois l'incertitude ne peut être réduite à l'environnement (McKelvie, Haynie et Gustavsson, 2011). Les doutes et les hésitations concernent également les réponses à offrir à ces changements environnementaux et aux conséquences de ces décisions. On parle alors de « réponse à l'incertitude » (Milliken, 1987). Cette incertitude, plutôt liée à la tâche à réaliser et définie par la différence entre l'information nécessaire à la réalisation d'une tâche et celle qui est effectivement possédée (Galbraith, 1973), apparaît comme un élément essentiel à prendre en considération tant son influence sur les décisions des entrepreneurs se révèle importante (McKelvie, Haynie et Gustavsson, 2011 ; St-Pierre, Julien et Defays, 2014).

À la lueur de ce qui a été dit précédemment, on comprend que l'incertitude est une notion complexe, et la diversité des études et des conceptualisations (Liesch, Welch et Buckley, 2011) ainsi que la confusion entre les notions (Frishammar, Florén et Wincent, 2011) ne facilitent guère la compréhension de son influence sur les décisions et les actions de même que l'élaboration des moyens nécessaires à sa réduction. Par exemple, l'incertitude apparaît tantôt comme inhibiteur dans le processus entrepreneurial, tantôt comme source d'opportunité (Freel, 2005). Dans un contexte où des innovations technologiques se font détrôner très rapidement et où l'arrivée précoce sur le marché est le seul garant que l'entreprise innovante pourra récupérer une part importante de ses investissements, il convient de mieux comprendre ce concept considérant son importance accrue dans l'environnement d'affaires actuel.

L'incertitude s'explique donc par l'ignorance et diminue avec l'information, mais ne disparaît jamais. Toutefois, elle n'est pas toujours totale, comme la concurrence que l'on connaît qui permet que les décisions soient prises selon la stratégie et la logique antérieures ou en tenant compte des contraintes technologiques des équipements, ce qu'on appelle la trajectoire. Mais tout cela peut changer[7], car toute décision se prend

7. Par exemple, chez un fabricant de portes et fenêtres où nous étions intervenus pour améliorer l'organisation de l'usine, les employés avaient expliqué que les changements majeurs des équipements de la dernière année, faisant suite au retour

dans l'incertitude et suppose un certain risque plus ou moins calculé. L'incertitude est finalement une rupture entre le passé et le futur qui relève d'un certain calcul sans toutefois offrir l'assurance que le succès sera au rendez-vous (Shackle, 1967).

Le risque et l'attitude de l'entrepreneur face à celui-ci ont été abondamment étudiés dans l'entrepreneuriat. Certains auteurs considèrent que le risque lié à une décision entrepreneuriale est supérieur à toute autre décision. Dans le cas d'une création ou d'un rachat, l'entrepreneur engage des ressources financières venant de ses propres épargnes, des emprunts souvent garantis par ses avoirs, et de l'aide de sa famille et de ses amis qui croient aux succès de l'affaire sans être assurés du rendement. Sa famille devra accepter que l'entrepreneur ait moins de temps libre en particulier durant les premières années. Ses amis devront faire face aux changements d'humeur dans les moments difficiles qui peuvent se révéler plus sérieux pour l'entrepreneur qu'ils ne le seraient pour un employé non responsable des déboires possibles (Torrès, 2012). D'autres auteurs estiment toutefois que le risque d'entreprendre n'est pas exceptionnel et ne dépasse pas nécessairement tout autre risque social (Palich et Bagby, 1995 ; Gifford, 2003 ; Liesch, Welch et Buckley, 2011).

Dans ce contexte, il semble difficile de déterminer si les entrepreneurs sont plus susceptibles de prendre des décisions risquées que les autres acteurs économiques. Est-ce que leur propension à prendre des risques est, comme certains le soutiennent, effectivement supérieure ou, au contraire, ne peut être considérée comme une caractéristique ou un trait distinctif des entrepreneurs (Brockhaus, 1980) ? Est-il possible que les entrepreneurs soient plus réfractaires aux risques que les autres agents économiques (Caliendo, Fossen et Kritikos, 2007) ?

de leur patron de la grande foire d'équipements de Francfort, les avaient fortement surpris. Mais, ils avouaient aussi qu'ils s'attendaient plus ou moins à cela puisque ce dernier répétait souvent que l'entreprise courait à sa perte si elle ne réussissait pas à se moderniser. D'autant plus que le patron, lors de l'annonce du changement, avait ajouté qu'il avait saisi la chance de pouvoir profiter de la faillite d'une usine allemande en récupérant tous ses équipements neufs et usagés.

En fait, le risque est multidimensionnel et aussi contingent. Il peut être sommaire et facile à identifier ou à gérer, ou difficilement appréciable et complexe vu les multiples liens entre les actions et les décisions et le degré de nouveauté du contexte. Tout comme l'incertitude, son intensité est liée au rythme de changement dans l'économie, mais aussi selon la complexité du secteur et du marché choisis pour faire des affaires. Par exemple, aménager un salon de coiffure dans une pièce de sa maison, en louant quelques équipements, en achetant au début peu de produits et en ayant une clientèle de base est moins risqué[8] que de créer une nouvelle scierie en construisant un bâtiment et en achetant des équipements usagés ou neufs (lorsqu'on n'est pas sûr de revendre à bon prix). De même, apporter une petite amélioration à une machine pour en faciliter l'utilisation ou réaménager l'organisation de son usine pour diminuer les va-et-vient est beaucoup moins risqué qu'essayer de mettre en marché un nouveau produit, comme un médicament, qui demande généralement des années de développement, alors qu'il peut être remplacé par une découverte encore plus prometteuse venant d'un concurrent.

### 1.1.3. La mise sur pied et le développement d'une organisation

Derrière l'entrepreneur, il y a une certaine organisation de ressources, y compris pour les travailleurs autonomes, que ce soit le petit atelier ou le bureau avec un ordinateur, une imprimante, etc. Mais le plus important, ce sont les ressources humaines qui complètent les connaissances et les compétences du dirigeant en savoir et en savoir-faire afin d'affronter l'incertitude du marché et de satisfaire les besoins des clients. Ceci vaut aussi pour le rachat d'une organisation qui, graduellement, prendra le pli du nouveau dirigeant (Cadieux et Deschamps, 2011).

8. Lorsqu'on veut quantifier le risque, on a besoin d'évaluer la probabilité qu'un événement néfaste se produise et l'ampleur des conséquences négatives que cet événement va entraîner. S'il n'y a pas de conséquences négatives à un événement, il n'y a pas de risque et donc aucun besoin de développer des plans de contingence ou de gestion des différentes actions (Leray, 2006).

Le mot organisation a la même étymologie que le mot *organique*, soit quelque chose de vivant, qui se transforme continuellement et avant tout sur le plan humain avec cette flexibilité basée sur la formation et l'échange d'informations pour justement rencontrer le changement.

Souvent, dans une petite entreprise, il y a les employés de départ qui ont accompagné l'entrepreneur dans les périodes difficiles du démarrage et qui sont des partenaires privilégiés de ses succès ; ces derniers ont donc tissé des liens particuliers avec la direction, alors que les autres sont plus facilement remplaçables. Le premier rôle de l'entrepreneur est de gérer ces ressources humaines pour développer des routines, mais aussi pour maintenir une certaine flexibilité qui constitue une des caractéristiques des PME[9]. Comme l'expliquait un entrepreneur membre du réseau de la Chaire Bombardier, n'importe quel homme d'affaires argenté peut acheter des machines, mais c'est la gestion du personnel qui fait toute la différence (Julien *et al.*, 2003b).

Cette flexibilité permet de concurrencer la lourdeur des grandes entreprises, et ce, malgré la qualité de leurs ressources, du fait que toute grande organisation crée automatiquement de la bureaucratie et donc de l'inertie. Certaines petites entreprises compensent les limites des ressources par leur capacité à changer rapidement (Mills et Schumann, 1985)

9. Cette proximité des entrepreneurs avec leur personnel peut toutefois devenir une contrainte dans le développement de l'entreprise, lorsque des décisions stratégiques demandent de modifier de façon majeure le modèle d'affaires. L'envahissement des marchés occidentaux par les produits asiatiques au milieu des années 2000 a mené un grand nombre d'entrepreneurs à affronter une concurrence sur les prix hors de leur portée. Plusieurs ont amélioré leur productivité et renouvelé leur marché, alors que d'autres ont décidé de déplacer une partie de leur production dans des pays où l'on trouve de la main-d'œuvre à bas prix. Finalement, un certain nombre n'ont pu réussir à redresser leur situation alors que les choix les plus rationnels sur le plan économique demandaient de licencier le personnel avec qui l'entreprise avait été créée et grandi. Se trouvant en conflit entre leurs valeurs personnelles et leurs valeurs en tant que chef, des entrepreneurs ont préféré fermer leur entreprise. Les conséquences sur la santé des entrepreneurs ont été catastrophiques dans certains cas (Torrès, 2009 ; Defays et St-Pierre, 2012).

et à s'adapter comme dans les petits commerces où chaque bon client peut être traité de façon particulière, ce qui attire et retient ces derniers malgré des prix parfois supérieurs. Toutefois, cette flexibilité n'est pas un facteur exclusif à toutes les PME, puisqu'un certain nombre peuvent aussi être inefficaces, étant assises sur un savoir-faire unique et une clientèle captive. La vive concurrence de l'environnement d'affaires ne saurait assurer la pérennité de ces entreprises !

L'organisation requiert la mise sur pied d'une stratégie plus ou moins explicite qui peut se développer durant la préparation de l'entreprise à créer. Elle demande aussi une certaine planification à plus court terme pour que les employés sachent où va l'entreprise. Mais on a montré en introduction que cette stratégie doit être souple contrairement, encore ici, aux grandes entreprises qui doivent avoir un plan clair pour que le plus grand nombre d'employés puissent bien le connaître et s'y reporter. À cette stratégie doivent être greffés un contrôle des routines et des coûts, des échéances pour ce faire, et une vision pour l'orienter afin d'atteindre certains objectifs.

Quant au changement graduel de cette organisation et donc à son développement, celui-ci demande de l'innovation répétée plus ou moins souvent, soit en engageant du nouveau personnel, soit en achetant de nouveaux équipements, soit en créant ou en améliorant ces derniers et en transformant les routines notamment par la formation du personnel, comme on le verra au chapitre 2.

### 1.1.4. La saisie ou la création d'opportunités

L'opportunité constitue « la pierre angulaire conceptuelle pour la plupart des théories sur l'entrepreneur » (McMullen et Shepherd, 2006, p. 133) et donc sur l'entrepreneuriat (Shane et Venkataraman, 2000). Elle représente le concept qui est probablement la meilleure illustration de la création

et de la transformation des petites entreprises[10]. Puisque, avec l'innovation, elle est à la base de la multiplication des entreprises sur un territoire, et de leur capacité à contrer la concurrence pour créer et maintenir des emplois. Elle naît d'une idée nouvelle, du moins aux yeux du futur entrepreneur ou de celui plus aguerri qui veut consolider la distinction de son entreprise par rapport à la concurrence. Cette idée de départ devra être enrichie par beaucoup d'autres idées complémentaires pour atteindre le marché qui lui donnera sa validité en l'acceptant ou non. Elle vaut aussi dans la création d'une entreprise ou d'une production par mimétisme, comme lorsqu'un cuisinier décide d'ouvrir son propre restaurant ; puisque dans ce cas, l'idée est complétée par un nouvel emplacement et de nouveaux liens avec la clientèle, et possiblement de nouveaux menus. On sait d'ailleurs que la plupart sinon toutes les innovations sont tout simplement une nouvelle réorganisation de choses connues ; elles sont donc aussi plus ou moins des imitations d'éléments réorganisés, comme nous le verrons au chapitre suivant.

La capacité de saisir une opportunité constitue un trait qui distingue l'entrepreneur des autres gestionnaires. Au-delà de la gestion, l'entrepreneur doit rechercher, mesurer et appliquer du changement s'il veut survivre. Certains sont très habiles à reconnaître et à multiplier les opportunités (Baron et Ward, 2004). L'opportunité est fondamentalement une idée d'affaires qui peut atteindre le marché. Cette idée est souvent

10. Le mot *opportunité* provient justement de l'adjectif *opportun* formé à l'origine de deux mots latins, soit *ob* et *portus* (devant le port), soit ce qui demande réflexion avant l'action (tenant compte de la marée, des courants et du vent, pour un navire à voile, avant d'entrer dans le port), saisissant justement le bon moment pour réussir (l'accostage), et marquant bien la nécessité d'une préparation plus ou moins longue (en rendant la direction du navire plus malléable et son équipage plus efficace pour réagir aux ordres) pour, en lien avec notre propos, trouver ou créer l'opportunité, développer une vision de la réalité complexe au moment d'appliquer celle-ci et augmenter ainsi les chances de réussite sur le marché. Précisons que ce mot a, à l'origine, un autre sens en français et, dans le sens où nous l'utilisons, devrait être remplacé par « occasion d'affaires ». Mais, cet aspect du temps bien présent dans l'adjectif *opportun* a fait que nous avons insisté auprès de l'Office de la langue française qui l'a finalement accepté en 2012.

mineure (une adaptation d'un produit pour une clientèle particulière, une légère transformation d'équipement pour améliorer le produit ou en diminuer le coût, une façon quelque peu nouvelle d'atteindre cette clientèle). Mais elle peut être importante (avec un nouveau produit, un nouveau marché, etc.) et même transformer un secteur. Elle est issue d'un cumul et d'une recombinaison de diverses informations (y compris celles tacites, souvent partielles) dans le temps, transformées en connaissance, engageant (Greve et Salaff, 2003) et menant à la création d'une valeur nouvelle sur un marché, acceptée ou non par ce dernier qui finalement lui donne cette valeur.

Toute opportunité relève de l'incertitude permettant le changement, comme nous venons de l'expliquer, sans toutefois être garantie de produire le succès attendu. Elle suppose un niveau d'éveil du futur entrepreneur aidé par son entourage, ou de l'entrepreneur expérimenté soutenu par son organisation et par la capacité des deux à rechercher, à multiplier, à absorber et à transformer l'information en connaissance. Cette capacité de recherche, d'éveil et de transformation informationnelle suppose une organisation préparée à ce rôle aux plans structurel et culturel, organisation capable de multiplier et de synthétiser l'information pour un entrepreneur éclairé et imaginatif (Vaghely et Julien, 2010).

Dans les travaux sur les opportunités, deux thèmes principaux de recherche se distinguent, soit, d'une part, comment fonctionne le processus cognitif des entrepreneurs, aidés de leur organisation, pour trouver et appliquer celles-ci (Busenitz, 1996 ; Mitchell, Busenitz *et al.*, 2007 ; Krueger, 2007) ; certains étant particulièrement efficaces de ce côté, comme nous venons de le dire. D'autre part, plusieurs recherches se sont penchées sur la manière dont se développent ces opportunités, notamment dans l'esprit de la direction des entreprises (Baron, 2006 ; McMullen, Plummer et Acs, 2007), mais aussi avec l'aide de l'organisation. Ce qui marque bien l'importance de l'entrepreneur dans le processus entrepreneurial et la part des parties prenantes et du milieu pour favoriser la multiplication d'opportunités sur un territoire afin de soutenir le développement des entreprises.

L'opportunité, contrairement à ce qu'oublient de mentionner un grand nombre de chercheurs, demande du temps. Elle peut être saisie rapidement ou encore demander beaucoup de recherches et d'analyses pour atteindre le marché, comme dans l'industrie pharmaceutique où les découvertes demandent généralement une dizaine d'années sans compter le temps requis pour l'homologation (Montes, 2012). C'est la même chose dans l'industrie aéronautique où les activités de recherche et développement d'un avion se font sur une période d'au moins dix ans. Le temps compte aussi pour comprendre si la conjoncture est favorable, si le marché est prêt à recevoir cette nouveauté, soit pas trop tôt ou encore pas trop tard (Julien, 2010). Cette *fenêtre d'opportunité* peut toutefois être étroite. L'arrivée tardive sur le marché peut être fatale à une entreprise. L'innovation ayant déjà séduit les consommateurs, ceux-ci exigeront beaucoup d'améliorations pour s'intéresser au produit qui arrive en deuxième lieu[11].

Bref, l'opportunité, concernant les capacités de l'entrepreneur et de son organisation, mais aussi l'aide du milieu et la richesse de ses réseaux, permet de dépasser l'incertitude en jouant sur le temps et contre la concurrence pour, le cas échéant, anticiper les variations du marché et stimuler encore plus l'entrepreneuriat sur un territoire.

11. Mentionnons le cas d'une petite entreprise qui avait développé une première génération de tablettes électroniques tactiles grâce à l'ingéniosité de deux jeunes entrepreneurs dont l'un était musicien. Le concept leur a permis d'obtenir de nombreux prix nationaux assortis de sommes d'argent, qui ont été réinvesties dans leur projet. Malheureusement, les difficultés à trouver le financement nécessaire à la commercialisation ont laissé la voie libre à une grande firme multinationale qui a pu entrer sur le marché et ainsi « séduire » les consommateurs par ce produit radicalement nouveau qui changeait leurs habitudes. Les avantages de la tablette des jeunes entrepreneurs qui ne pouvaient l'offrir à un prix inférieur n'arrivaient pas à convaincre les consommateurs d'adopter leur invention.

### 1.1.5. Le rôle de la communauté ou du milieu entrepreneurial

Alors que trop longtemps on a vu l'entreprise seule face à la concurrence du marché, suivant en cela les économistes classiques ou néolibéraux, depuis une trentaine d'années on comprend bien que le succès de toute entreprise provient de ses propres ressources, mais aussi d'une foule de ressources externes fournies par le milieu. Elle peut aussi requérir de la chance[12]. C'est ce qu'on appelle le paradoxe de l'entrepreneuriat qui repose sur un très grand nombre d'entreprises en concurrence qui doivent en même temps coopérer sur certains marchés comme celui des ressources humaines, notamment sur le plan de la formation, mais aussi pour développer du capital social et recourir aux réseaux qui ne peuvent, par définition, qu'être à base de partage et de confiance dans des secteurs intéressants les mêmes firmes. Cela sera discuté au chapitre 11.

Cette importance trop longtemps oubliée du milieu ou de la communauté (Hindle, 2010) avait d'ailleurs déjà été relevée par les premiers institutionnalistes au début du XX^e^ siècle, comme Veblen (1904) ou Commons (1919), mais aussi par le père de l'économie classique, Alfred Marshall (1890). Ce dernier avait noté la présence sur un territoire particulièrement entrepreneurial d'éléments qualitatifs qu'il appelait *atmosphère industrielle*, concept difficile à préciser, mais qui permettait de dépasser l'analyse statistique. Il ajoutait aussi cette notion que les *idées* (nouvelles) *sont dans l'air* et que celles-ci, si elles sont nombreuses, sont plus facilement saisies et transformées dans des environnements propices qui relèvent de règles et de conventions, mais aussi de comportements collectifs qu'Ostrom (2010) appelle *biens communs*. Marshall comprenait que les modèles économiques n'étaient qu'une pâle représentation de la réalité qu'il fallait complexifier pour la comprendre. Ainsi, les études qui s'appuient exclusivement

12. Trop souvent oubliée par les chercheurs et les experts du développement économique, la « chance » fait partie des facteurs identifiés par les entrepreneurs pour expliquer une partie de leur succès. Cela permet de comprendre pourquoi on n'arrive pas toujours à reproduire la performance entrepreneuriale d'une région en transposant à une autre région la recette qui semble se dégager de l'analyse des données factuelles des entreprises (Ferro Cortez, 2012).

sur des données quantitatives ne peuvent révéler, notamment, toute la complexité des comportements humains et des relations entre les individus qui réussissent ou échouent selon leur capacité à se faire confiance dans des transactions de concurrence-coopération.

Ce sont les sociologues qui ont aidé à voir les multiples liens entre les entreprises et les ressources du milieu ainsi qu'entre les entreprises elles-mêmes, ce qu'Isabelle Huaut (2002) a bien résumé. Cette approche est aussi liée à ce qu'on a expliqué dans l'introduction, soit le développement *par la base*, développement qui tire sa source justement de l'entrepreneuriat régional complété par l'arrivée d'entrepreneurs extérieurs (Massicotte, 2008) ; ce dernier s'oppose au développement *par le haut* lié à des investissements massifs provenant des grandes entreprises soutenues par le gouvernement.

Certains penseurs comme Raymond Aron (1964) ou François Perroux (1970) expliquent justement que l'entrepreneuriat est généralement gage d'une meilleure démocratie, puisqu'il est basé sur le développement des classes moyennes desquelles font partie notamment les petits entrepreneurs, les commerçants et les industriels de PME. De plus, ces derniers doivent compter sur des factions politiques indépendantes pour faire valoir leurs revendications, contrairement aux dirigeants des grandes entreprises qui profitent souvent d'un accès direct aux gouvernements nationaux, tout en ayant plus de chances que les classes laborieuses de s'instruire. Ce qui expliquerait le nom que donnent les Allemands aux PME, soit *mittelstand*, ou littéralement *classe moyenne*, soit l'idée développée au XIX^e^ siècle d'une classe intermédiaire entre le prolétariat et la haute bourgeoisie. À noter aussi qu'en Belgique, une des plus anciennes associations de petits entrepreneurs s'appelle l'Association des classes moyennes.

Des études empiriques s'inscrivant dans cette lignée du milieu innovateur (Aydalot, 1976), du milieu habilitant (Audretsch et Keilbach, 2005) et de la région apprenante (Asheim, 1996), mettent en exergue que non seulement le milieu, en l'occurrence régional, fournirait différentes ressources humaines et matérielles telles que la main-d'œuvre,

les infrastructures, le financement en particulier de démarrage, mais aussi des ressources immatérielles comme la réputation et certaines solidarités. Dans cette perspective, il permettrait de développer des réseaux informationnels favorisant plus ou moins les opportunités et les moyens pour les appliquer, mais aussi une culture entrepreneuriale qui stimule l'entrepreneuriat, favorise les complicités organisationnelles et, finalement, diminue l'incertitude pour mieux entreprendre.

Toutefois, ce rôle du milieu est à relativiser dans la mesure où il ne saurait être requis systématiquement en tant que déterminant favorable à l'entrepreneuriat. En effet, un milieu aux idées très conservatrices, ou encore dénué de ressources complexes, ou bien un milieu trop éloigné géographiquement des centres urbains, assumera difficilement le rôle de levier de l'entrepreneuriat (Trépanier *et al.*, 2013). Par ailleurs, le milieu régional, bien qu'il soit considéré comme un facilitateur de l'entrepreneuriat, ne constitue pas l'unique facteur explicatif de la réussite entrepreneuriale, telle que la réalisation d'innovation (Razafindrazaka, St-Pierre et Trépanier, 2014). Encore une fois, la complexité des interrelations entre de multiples déterminants explique que l'on n'arrive toujours pas à reproduire la « recette » pour favoriser le dynamisme entrepreneurial et donc économique dans toutes régions où qu'elles soient.

Le tableau 1.1 résume différents aspects de ces cinq éléments en rappelant leur origine tant chez des théoriciens comme Turgot, Smith, Knight, Schumpeter ou Kirzner, que des penseurs ayant expérimenté eux-mêmes la création et le développement d'une entreprise comme De Serres, Cantillon et Say. Notons aussi que Turgot et Schumpeter ont dirigé des ministères qui avaient comme objectif de favoriser l'entrepreneuriat, le premier dans la France de Louis XVI et le second dans le gouvernement autrichien en 1919. Les tableaux citent certains auteurs parmi tous ceux qui se sont appuyés particulièrement sur ces éléments clés pour définir l'entrepreneuriat.

**Tableau 1.1**
Fondements du concept d'entrepreneuriat

| Élément | Conception de l'entrepreneuriat | Sources premières | Sources contemporaines |
|---|---|---|---|
| **Rôle clé de l'entrepreneur** | – Création et gestion de PME.<br>– Développement de marché.<br>– Innovation. | Schumpeter (1924) | Baumol (1968), Bygrave (1989), Julien (1989), Filion (1999), Verstraete (1999) |
| **Capacité d'affronter l'incertitude et de prendre des risques** | – Capacité d'affronter l'incertitude et de prendre le risque de créer son propre emploi, de mettre sur pied ou de reprendre une entreprise.<br>– Capacité d'un individu de se prendre en main et de prendre des risques dans un environnement incertain. | Cantillon (1755), Knight (1921), Turgot (1769) | McClelland (1961), Carland *et al.* (1984), Gartner (1989, 1990), Smilor (1997), Roberts et Woods (2005), Lash et Yami (2008) |
| | – Capacité de prendre le risque de créer une organisation et de la gérer de façon à générer des profits. | De Serres (1600), Say (1803) | Vesper (1980), Marchesnay (1993), Marchesnay et Fourcade (1997), Van Praag (1999) |
| | – Capacité d'assumer l'incertitude liée à l'appropriation d'une entreprise ou d'innover. Les risques peuvent être mesurés tandis que l'incertitude subsiste toujours. | Knight (1921) | Audretsch (2002), Friis, Paulsson et Karlsson (2002), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008) |
| **Mise sur pied et développement d'une organisation** | – Capacité d'établir ses droits de propriété et le contrôle en créant une organisation pour assumer son rôle d'entrepreneur et en tirer divers avantages dont les profits.<br>– Rachat ou fusion des entreprises.<br>– Apport des parties prenantes. | Hawley (1907) | Julien (1993b), Gartner et Shane (1995), Marchesnay et Fourcade (1997), Torrès (1999), Cadieux et Deschamps (2011) |

**Tableau 1.1** (*suite*)

| Élément | Conception de l'entrepreneuriat | Sources premières | Sources contemporaines |
|---|---|---|---|
| **Opportunité** | – Capacité de rechercher des opportunités disponibles sur le marché ou de les créer.<br>– Capacité d'exploiter des opportunités : ce qui équivaut à détecter les imperfections du système pour rétablir l'équilibre économique du marché. | Smith (1776), Marshall (1890), Schumpeter (1924), Kirzner (1973) | Rogers (1995), Amabile (1997), Van Praag (1999), Shane et Venkataraman (2000), Dutta et Crossan (2005), Companys et McMullen (2007), Vaghely et Julien (2010) |
| **Rôle du milieu** | – Développement des règles du jeu et des conventions.<br>– Disponibilité de l'information tant sur les opportunités (à travers les réseaux) que sur les ressources nécessaires pour les appliquer (notamment le capital social).<br>– Présence de chefs de file favorisant l'innovation et la recherche d'opportunités. | Marshall (1890), Veblen (1904), Commons (1919) | Isard (1956), Aydalot (1976), Aldrich (1990), Maillat, Quévit et Senn (1993), Gomez (1997), Davidsson (2005), Saravasthy (2008), Jones et Spicer (2009) |

À partir de ces éléments, le développement récent des recherches tend à mettre en évidence deux perspectives entrepreneuriales appréhendées pour soutenir la création d'opportunités et d'innovations, soit la création et l'innovation (Gartner, 1990 ; Bruyat, 1994 ; Sharma et Chrisman, 1999 ; Cuervo, Ribeiro et Roig, 2007), et l'appui du milieu et de sa culture entrepreneuriale. Précisons que cette notion de culture entrepreneuriale est encore floue dans sa définition même, étant donné la pluralité sémantique qui l'entoure.

Généralement, on avance que la culture entrepreneuriale est présente au sein d'un milieu lorsque l'on observe une dynamique qui agit positivement sur la faisabilité des comportements entrepreneuriaux (Toulouse, 1979), ceux-ci étant stimulés notamment par le niveau d'instruction et de connaissance de la population (Acs, Desai et Klapper, 2008). Des études empiriques ont exposé certaines causes ou certains déterminants de la présence de cette culture entrepreneuriale. On peut mentionner la valorisation du statut de l'entrepreneuriat (Begley et Tan, 2001) ; la perception favorable de l'entrepreneuriat (Fortin, 2002 ; Filion et Bourion, 2008) ; les variables démographiques comme la densité (Audretsch, Grilo et Thurik, 2007), l'âge de la population (Arenius et Minniti, 2005), la présence de population immigrante (Bellini *et al.*, 2008) ; et la présence d'établissements de formation et de recherche (Molina-Morales et Martinez-Fernandez, 2009 ; Ferru, 2010). Nous y reviendrons aux chapitres 10 et 11.

Ces perspectives supposent aussi qu'on doive s'intéresser à l'espace-temps puisque, d'une part, l'idée de création (ou de reprise) et même l'opportunité exigent du temps pour s'organiser ou pour être matérialisées. D'autre part, elles sont liées à l'idée du profit appréhendé qui n'est malheureusement pas toujours au rendez-vous au moment voulu, qui peut ne jamais se concrétiser ou encore qui arrive au-delà de l'échéancier prévu pour dépasser le point mort et se consolider (Shackle, 1967 ; Julien, 2010). Le tableau 1.2 reprend ces deux perspectives de l'entrepreneuriat.

La plupart des chercheurs ayant travaillé sur un cadre définissant le phénomène entrepreneurial relient leurs définitions à une de ces deux perspectives : la création ou la reprise d'organisations, développée par Gartner (1988), ou l'innovation et l'opportunité, développée par Schumpeter (1924) et Kirzner (1973), en négligeant toutefois l'importance du rôle du milieu. Pour le premier, l'entrepreneuriat concerne des individus qui créent de nouvelles organisations ; cette création est entendue comme le fait d'organiser une entité nouvelle ou encore de réorganiser une entité existante. Quant à Schumpeter et Kirzner, ils sont associés à l'innovation et à la recherche d'opportunités, c'est-à-dire aux individus qui recherchent et produisent de nouvelles combinaisons prenant la forme

**Tableau 1.2**
Fondements de l'entrepreneuriat selon deux perspectives

| | Perspective de création ou de reprise | | Perspective d'innovation et d'opportunité | |
|---|---|---|---|---|
| | **Concept** | **Application** | **Concept** | **Application** |
| **Fondements du concept entrepreneurial** | Prise de risque dans l'incertitude. | L'incertitude est inhérente à toute entreprise. | Recherche d'opportunité et innovation. | La différence entre opportunité et innovation repose sur la notion de temps. |
| | Appropriation ou contrôle d'une organisation ou d'une firme. | Une organisation comprend des ressources matérielles et des compétences. | Le développement de toute entreprise repose sur la recherche et l'application systématique d'opportunités. | L'innovation se distingue de la découverte du fait qu'elle doit répondre au marché et ne vaut que par la valeur que celui-ci lui reconnaît. |
| **Comportement entrepreneurial** | Créer ou reprendre une entreprise tout en assumant l'incertitude liée à son appropriation et à son développement. | Création d'une organisation au sens de Gartner (1988, 1990). | Agir différemment avec de nouvelles combinaisons induites de l'identification de l'opportunité. | Innovation, ou recombinaison d'un grand nombre d'éléments connus. |
| **Sources du profit entrepreneurial** | Opportunité et différenciation. | Droit de propriété, expérience et chance. | Innovation et coût d'opportunité. | Expérience et capacité d'obtenir l'information nouvelle et de la traiter. |
| **Rôle clé du milieu** | Conventions ou règles du jeu, et disponibilité des ressources matérielles et immatérielles, dont l'information. | Réputation ou notoriété pour obtenir les ressources. | Aides diverses à transformer l'information et à recombiner les éléments menant à l'innovation et aux opportunités. | L'innovation et l'opportunité relèvent de l'esprit d'entreprise partagé dans le groupe et donc stimulé par une culture favorisant l'échange. |
| **Temps** | Temps court pour la décision et long pour la préparation. | Temps *ex ante* pour préparer le démarrage ou le rachat et *ex post* pour les ajustements. | Temps long pour obtenir l'information et court pour la recombinaison. | Le temps change selon la disponibilité et la complexité des opportunités. |

de nouveaux produits, de nouveaux processus de production, de nouveaux marchés, de nouvelles sources d'approvisionnement ou de nouvelles structures organisationnelles et de nouvelles façons d'atteindre le marché. La question suivante est de préciser dans quelle mesure ces éléments fondateurs, soit l'opportunité et l'innovation, s'enracinent dans ces deux perspectives entrepreneuriales.

Gartner (1990) et Gartner et Shane (1995), cherchant à identifier les caractéristiques les plus partagées au sujet de la définition de l'entrepreneuriat à partir de la confrontation des idées théoriques jusqu'aux perceptions pratiques, aboutissent à l'idée selon laquelle le concept d'entrepreneuriat est associé au comportement d'un individu (ou d'une équipe) qui crée une nouvelle organisation tout en assumant l'incertitude et les risques liés à son appropriation et à sa mise en œuvre. Bruyat (1994), en partant de la perspective de création s'intéresse à l'entrepreneur comme étant celui qui assume la responsabilité et les risques liés à la propriété et à la mise en œuvre d'une nouvelle entreprise et qui est transformé par cette activité ; en cela, il est dans la lignée de Cantillon (1755), de Say (1803) et de Knight (1921). Ainsi, la source du profit entrepreneurial résulte de la capacité de l'entrepreneur à tirer avantage de l'incertitude liée au droit de propriété sur les ressources (capital, travail et équipement) et aux produits nés du processus de production (Gartner et Shane, 1995). Le profit entrepreneurial est le résidu incertain entre le coût de ces ressources et la valeur des produits issus de la combinaison de celles-ci. Il constitue la rémunération de l'entrepreneur en contrepartie de l'incertitude liée aux droits de propriété. Ou, comme disait Marx, cette rémunération provient d'une partie de la plus-value tirée d'une certaine exploitation du travail pour gérer ou organiser ce travail.

De leur côté, O'Driscoll et Rizzo (1996), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008) ou encore Marcotte (2013) mettent en évidence les travaux de Marshall (1890) et de l'école de Vienne avec Kirzner (1973), auquel on doit ajouter la perspective d'innovation développée par Schumpeter (1934). Marshall (1890) et Kirzner (1973) reconnaissent de plus l'importance de la recherche d'opportunités dans le processus entrepreneurial.

Marshall définit plus spécifiquement les opportunités d'affaires comme des innovations arrivant au bon moment pour distinguer l'entreprise de ses concurrents. En outre, les travaux de Kirzner, approfondis par Shane et Venkataraman (2000), soulignent que les opportunités existent quand l'information est révélée dans la communauté et que les individus perspicaces et entreprenants réagissent rapidement à celles-ci en changeant de comportement. De manière plus précise, les entrepreneurs tendent à agir différemment de leurs concitoyens en saisissant des informations issues du milieu et qui ne sont pas vues par tous, et en créant, à partir de ces informations, de nouvelles combinaisons de ressources. L'opportunité est donc entendue comme une situation dans laquelle de nouveaux produits, services, matières premières, marchés et méthodes de production peuvent être introduits à travers ces nouvelles combinaisons (Eckhardt et Shane, 2003).

La source du profit entrepreneurial résulte ainsi de la capacité de l'entrepreneur à tirer avantage de l'incertitude dans l'économie pour saisir les opportunités ou innover et déployer l'innovation. En fait, le profit entrepreneurial dépend de la croyance de l'individu selon laquelle la valeur créée sera largement suffisante pour compenser les coûts d'option des autres possibilités, le manque de liquidité pour financer les investissements et la prime pour accepter l'incertitude. Il résulte aussi de l'introduction et de la vente des produits dérivés des nouvelles combinaisons à un prix supérieur à leur coût de production (Casson, 1991). C'est le cas d'un individu capable de découvrir des ressources sous-évaluées par leurs détenteurs : il les rachète et les combine pour les revendre à un prix plus élevé.

En approfondissant le concept d'entrepreneuriat, Sharma et Chrisman (1999) tentent de réconcilier ces deux perspectives *a priori* contradictoires. Pour eux, la mise en œuvre du processus des combinaisons nouvelles liées à l'innovation schumpétérienne ne conduit pas forcément à la création de nouvelles organisations. Il y a beaucoup de créations d'entreprises qui reproduisent les mêmes activités que celles qui existaient. De telles créations peuvent être dissociées de l'activité d'innovation schumpétérienne sauf lorsqu'on retrouve des éléments nouveaux comme une localisation

pour desservir un marché qui ne l'est pas, ou encore un processus différent. Or, ces deux perspectives peuvent être complémentaires, car la création de nouvelles organisations réclame des combinaisons nouvelles. Il existe aussi des innovations qui aboutissent à la création d'une nouvelle entreprise, comme dans le cas de l'entrepreneuriat universitaire, où l'on favorise de plus en plus la création d'entreprises à partir des « découvertes » que réalisent certains étudiants au cours de leur cursus et qui pourraient avoir une valeur commerciale[13]. Bien que la création de firmes puisse se produire en l'absence d'innovation importante (si on ne compte pas la nouveauté d'une « nouvelle » firme), celle-ci est vue comme quelque chose d'indissociable de l'entrepreneuriat selon Stevenson et Jarillo (1990).

Au-delà des complémentarités, Sharma et Chrisman (1999) identifient trois caractéristiques communes pour que ces deux perspectives soient entrepreneuriales. La première est liée à la dimension stratégique de l'implantation d'une structure pour mettre en œuvre une nouvelle idée d'affaires. De même, l'innovation n'est entrepreneuriale que lorsqu'elle concerne une nouvelle combinaison pouvant affecter de façon plus ou moins importante les bases de la concurrence dans une industrie, ou conduire à la création d'une nouvelle industrie. La deuxième caractéristique est liée au fait que la création d'une organisation ou d'une innovation n'est entrepreneuriale que lorsqu'elle génère de la valeur pour l'individu entrepreneur, pour l'organisation et pour l'économie (Thurik, Wennekers et Uhlaner, 2002), tout en affectant l'individu qui change à mesure que son organisation se développe et que son idée est mise en marché (Bruyat et Julien, 2001).

13. On trouve de plus en plus de programmes de formation universitaire où les compétences techniques enseignées sont enrichies par des activités de formation à l'entrepreneuriat et qui poussent les étudiants à développer des idées novatrices et à ainsi créer une entreprise. On peut trouver de nombreux exemples de tels succès sur les sites des universités québécoises notamment. Certaines innovations sont le reflet de la passion du jeune entrepreneur comme on peut le voir sur le site de <http://www.mathsport.ca>. Passionné de course et athlète de pointe, cet inventeur, Mathieu Raymond, a innové dans la fabrication de chaussures de sport en alliant qualité, accessibilité, confort et esthétisme, combinaison qui faisait défaut chez les grands industriels du secteur. Étudiant en entrepreneuriat à l'université, il a pu développer son concept en même temps que ses compétences en entrepreneuriat.

La troisième caractéristique porte sur le contexte dans lequel la création ou l'innovation sont pleinement appliquées. Ce contexte peut être indépendant du domaine de l'entreprise, comme lorsque survient un changement dans la conjoncture économique, ou dépendre de structures déjà établies, comme lors de l'adoption d'une nouvelle politique touchant l'industrie dans laquelle œuvre l'entreprise. Le contexte entrepreneurial s'inscrit dans le cadre de la création d'entreprises, tandis que la reconnaissance des activités de création ou d'innovation développées par un ou plusieurs employés à l'intérieur d'une organisation existante (l'intrapreneuriat selon Carrier, 2000) s'insère plutôt dans le cadre du développement d'entreprise. Ce contexte est complété par la dynamique du milieu grâce au soutien plus ou moins important de la communauté facilitant l'obtention de ressources et multipliant l'information opportune, notamment par l'intermédiaire du réseautage.

Recourant à l'analyse de Davidsson (2001), on peut comprendre quelques-unes de ces dimensions en partant de la nouveauté ou de l'innovation par rapport au marché et à l'ouverture de ce dernier, ce qui donne quatre types d'entrepreneuriat : 1) la création d'une nouvelle entreprise, 2) la reprise d'une entreprise existante avec des innovations mineures ou majeures, 3) une nouvelle entreprise sur un nouveau marché et 4) l'élargissement du marché pour une entreprise existante, comme on peut le voir à la figure 1.1.

D'abord, dans le quadrant nord-ouest de cette figure, on trouve l'entrepreneuriat par création d'une entreprise nouvelle imitant ou reproduisant plus ou moins ce qui se fait ailleurs, soit avec très peu d'innovation. Cette création entraîne la mise sur pied d'une organisation si minime soit-elle – comme dans le cas du travailleur autonome[14] –, des périodes de prédémarrage, de démarrage et de consolidation ; périodes qui suivent des trajectoires diverses selon le cas, mais qui visent toutes la constitution plus ou moins rapide d'une entreprise ainsi que

14. Dans ce cas, l'organisation tient aux liens que le travailleur autonome entretient avec ses outils, qui peuvent se limiter au téléphone et à l'ordinateur, et avec sa gestion du temps.

sa pérennité. Cette nouvelle entreprise nécessite un minimum d'innovation, même si elle imite, pour une bonne part, ce qui se fait ailleurs, comme on le verra au chapitre 2. Parce qu'elle se distingue des autres entreprises par certaines particularités et l'influence centrale de l'entrepreneur sur son démarrage et sa forme, du moins au début, et qu'elle crée une valeur relativement nouvelle, l'entreprise tire aussi sa spécificité de l'incidence qu'elle a en retour sur cet entrepreneur, sur les organisations concurrentes et sur les clients. Cette création sert aussi de lieu d'apprentissage continu pour l'entrepreneur en le transformant graduellement. Cette création peut être beaucoup plus *nouvelle* si elle offre un nouveau produit ou institue une nouvelle façon de faire. Fruit de l'essaimage d'un chercheur universitaire ou d'un entrepreneur qui souhaite déployer son innovation sur le marché, ce type d'entrepreneuriat est représenté par le quadrant nord-est de la figure et relève de l'entrepreneur de valorisation ou d'aventure (Bruyat et Julien, 2001). Retenons toutefois que, dans ces deux cas, cette forme d'entrepreneuriat représente une création pure.

**Figure 1.1**
Typologie de l'entrepreneuriat lié à une entreprise

| | | MARCHÉ | |
|---|---|---|---|
| | | ANCIEN | NOUVEAU |
| FIRME | NOUVELLE | Nouvelle entreprise reproduisant ou imitant ce qui se fait ailleurs et donc avec relativement peu d'innovation | Nouvelle entreprise innovatrice tant en processus qu'en produits sinon en mise en marché |
| | ANCIENNE | Entreprise ayant changé de propriétaire ou de structure ou de personnel avec des innovations plus ou moins importantes | Entreprise élargissant son marché, soit dans la même région ou sur un nouveau territoire, soit sur le plan international en exportant ou en investissant à l'étranger |

Source : Adapté de Davidsson (2001).

Mais l'entrepreneuriat peut aussi naître de la reprise d'une entreprise existante, à la condition que cette reprise la transforme quelque peu, que ce soit dans son organisation ou dans son orientation, dans sa mise en marché ou dans les produits qu'elle offre (Cadieux et Deschamps, 2011). Nous sommes ici dans le groupe du quadrant sud-ouest. Ajoutons que plusieurs considèrent cette avenue entrepreneuriale comme tout à fait viable (Fayolle, 2004) ; d'autant qu'il s'agit d'une tendance non négligeable, compte tenu du vieillissement de la population dans les économies industrialisées (OSEO, 2005, 2007 ; Cossette et Mélançon, 2010 ; Commission européenne, 2012).

Si la reprise ou la gestion de l'entreprise existante se fait sans changement ou d'une façon routinière, il n'y a pas d'entrepreneuriat proprement dit. Il en est de même lors de la reprise d'une franchise contrôlée par une grande chaîne. D'ailleurs, dans ce cas, cela relève plutôt d'un investisseur « gestionnaire » que d'un entrepreneur. Reprendre une entreprise en ne changeant que sa forme juridique n'est pas faire preuve d'entrepreneuriat. Au contraire, on peut voir des entreprises anciennes connaître de nouvelles phases de croissance grâce à l'embauche d'un employé particulièrement talentueux, à la refonte de la structure organisationnelle ou au changement de propriétaire ; dans tous ces cas, de nouvelles idées ayant la possibilité d'être mises en œuvre viendront stimuler l'entrepreneuriat.

Dans ce groupe, nous classons les entreprises qui ne se contentent pas de changer les routines ou la gestion, mais qui génèrent plutôt de l'innovation en adoptant de nouvelles technologies, par exemple. Ceci permet de dépasser la question de savoir si l'entrepreneur du début demeure toujours entrepreneur après dix ou vingt ans (Davidsson, 1991) ou, au contraire, s'il ne l'est plus que de temps en temps, et dans le sens schumpétérien lorsqu'il fait des changements importants ou qu'il innove (Carland *et al.*, 1984). Dans ce dernier cas, une grande entreprise qui évolue rapidement tant à l'interne qu'à l'externe (par acquisition ou par fusion), requérant ainsi une nouvelle organisation, entre dans cette définition de l'entrepreneuriat.

Mais le changement n'implique pas nécessairement une croissance ni le passage de petite à moyenne et à grande entreprise. On peut procéder régulièrement à des changements pour répondre aux aléas du marché tout en demeurant petit (Gibb et Scott, 1986), comme c'est le cas pour près de 70 % des petites entreprises pérennes (McMahon, 2001) qui sont satisfaites des emplois créés pour la famille du dirigeant et des revenus tout en laissant du temps libre à celui-ci (Walker et Brown, 2004). De même, la croissance ne veut pas dire évolution linéaire, ce que tentent de montrer certains partisans de la théorie des stades de croissance, malgré les très nombreuses critiques, telles celles venant de Stanworth et Curran (1976) ou encore de Watson (1995) ; cette théorie est liée à la métaphore de l'évolution biologique, alors que les entreprises sont des organismes sociaux sans trajectoires obligées et possédant une grande marge de liberté. On le voit bien d'ailleurs avec les études sur des PME en forte croissance rapportées par Julien *et al.* (2003a) qui décrivent des parcours très différents où la chance joue parfois un rôle significatif.

Enfin, dans le quadrant sud-est, on trouve une entreprise existante qui élargit son marché, soit en proposant un nouveau produit ou une nouvelle gamme de produits sur le marché régional ou national, soit en proposant le même produit à un marché plus large, notamment par l'exportation.

Le tableau 1.3 résume d'une autre façon ces formes d'entrepreneuriat, de la création pure à la reprise d'une entreprise existante en passant par l'essaimage réalisé à l'amiable avec l'entreprise de l'ancien emploi ou l'institution comme une université (Filion, Luc et Fortin, 2003 ; Fayolle, 2005). Elle touche aussi le changement ou l'innovation dans une entreprise existante, que cette innovation se limite au produit ou au processus ou touche toute l'organisation. Cette innovation peut relever non seulement de la direction, mais aussi de toute ou d'une bonne partie de l'organisation ; ce qu'on appelle une organisation innovante recevant de l'information et de la formation régulièrement et ayant son mot à dire sur les nouvelles façons de faire (Senge, 1990). Enfin, elle porte sur l'aspect social de la création

et du développement des entreprises sur un territoire, ce qui nous intéresse particulièrement ici avec l'idée de rechercher les raisons ou les causes environnementales qui favorisent un tel développement.

**Tableau 1.3**
Différentes formes entrepreneuriales

| Formes entrepreneuriales | Définitions | Sources |
|---|---|---|
| **Création pure d'entreprises** | Une création est dite pure si l'activité exercée ne constitue pas la poursuite d'une activité de même type exercée antérieurement au même endroit par une autre entreprise. | Bruyat (1994), Counot et Mulic (2004) |
| **Reprise d'entreprise** | Achat, donation ou héritage d'une entreprise existante. | Cadieux et Deschamps (2011) |
| **Essaimage** | Pratique par laquelle une entreprise favorise le départ de certains de ses salariés et les aide à créer leur propre entreprise. Le départ peut se faire toutefois sans l'accord de la direction. | Filion, Luc et Fortin (2003) |
| **Développement et croissance d'une entreprise** | Nouveaux débouchés commerciaux (produits, services, procédés) ou mise en application de meilleurs moyens de répondre à la demande du moment. | OCDE (1998, 2011), Sharma et Chrisman (1999) |
| **Intrapreneuriat** | Développement de nouveaux projets ou de nouvelles activités ou développement des activités actuelles, à partir d'une entreprise existante, quelle que soit la taille de cette entreprise. | Carrier (2008) |
| **Développement et multiplication des entreprises** | Point de vue économique de l'entrepreneuriat, notamment de Schumpeter dans sa théorie de la *destruction créatrice*, qui ne se résume pas à la création d'une entreprise, mais aussi à son développement et à la transformation de celle-ci tout au long de sa vie, mais qui peut s'appliquer aussi à la multiplication avec des entrepreneurs qui créent plusieurs entreprises. | Aldrich et Martinez (2001), Davidsson (2005), Julien (2005) |

Forts de tous ces éléments ou concepts, nous pouvons donner une définition plus inclusive de l'entrepreneuriat consolidant les deux perspectives et les trois caractéristiques les plus communes du phénomène entrepreneurial. La définition tirée de l'OCDE en 2007 (p. 15) nous semble

un point de départ intéressant à cet égard : « L'entrepreneuriat est le résultat de toute action humaine pour entreprendre en vue de générer de la valeur par la création ou le développement d'une activité économique identifiant et exploitant de nouveaux produits, de nouveaux procédés ou de nouveaux marchés. » Nous relevons que toutes les variables qui favorisent ces actions humaines en vue d'un résultat économique constituent les éléments explicatifs de l'entrepreneuriat.

Toutefois, cette définition demeure encore restrictive, puisque, comme le rappellent Bygrave et Hofer (1991) ou Aldrich (1990), elle peut se limiter à considérer cette action humaine comme le résultat de l'intervention d'un ou de quelques acteurs seulement, alors que l'environnement général et les relations, par exemple, avec la famille ou l'influence des modèles provenant du milieu, ou encore mieux les réseaux, jouent un rôle très important dans le développement de chaque firme. Cette ouverture à l'environnement n'est-elle pas d'ailleurs le but ultime de notre analyse sur les causes ou les déterminants entrepreneuriaux pour les intervenants en entrepreneuriat ? Analyse qui vise à comprendre les raisons extérieures favorisant la multiplication, le maintien, la croissance ou la transformation des entreprises soit sur le plan local ou régional, soit finalement sur le plan national et international, celle-ci devant permettre de mesurer l'évolution du nombre d'entreprises sur le territoire afin d'en identifier les déterminants. Il faut donc aller encore plus loin que ces raisons individuelles à la création ou à l'innovation et analyser les facteurs favorisant cette création et cette innovation.

C'est ainsi que la notion d'écosystème entrepreneurial est introduite dans l'analyse de l'entrepreneuriat, ce qui la situe dans le courant évolutionniste (Nelson et Winter, 1982). Le concept d'écosystème entrepreneurial s'inscrit dans l'approche admettant l'entrepreneuriat comme phénomène collectif sur lequel l'environnement à différentes échelles (local, régional, national, mondial) et de natures diverses (institutions, conventions, cultures) influe considérablement. Il fait référence aux éléments et domaines en interaction (situation politique, finance, marchés, culture, capital humain, soutiens) existant au sein d'une aire géographique, mais pas exclusifs à ce périmètre, qui ont une influence sur la formation

et la trajectoire des entrepreneurs et des entreprises (Isenberg, 2010). D'après Spilling (1996), c'est l'écosystème entrepreneurial qui favoriserait l'établissement d'un climat entrepreneurial permettant aux entrepreneurs de mieux saisir et exploiter diverses opportunités.

Toute création et tout changement dans l'environnement ont non seulement une incidence sur les nouvelles entreprises, mais aussi sur le marché local et possiblement national ou international ; ce qui induit des changements sur le tissu industriel territorial et finalement sur les entreprises et les entrepreneurs. L'entrepreneuriat crée de cette façon une structure différente entre les divers acteurs socioéconomiques du territoire et entraîne de nouveaux ajustements et de nouvelles créations, incluant l'innovation, qui stimulent le changement général dans le tissu industriel.

Bref, l'entrepreneuriat tient non seulement compte de tous les quadrants de la figure 1.1, mais entraîne la création plus ou moins régulière de valeurs nouvelles sur les marchés territoriaux ou extérieurs en transformant ceux-ci, comme de nouvelles structures de production et la création de nouveaux biens ou de nouvelles localisations. Cette création affecte d'autres entreprises et les acteurs ou *joueurs* économiques de la région ou de l'extérieur qui profitent ou non de cette évolution. La création de valeurs nouvelles perturbe le ou les marchés, ce qui pousse le territoire à évoluer[15], pour finalement se développer et mieux répondre aux besoins de ses citoyens et des clients extérieurs, créant en son sein plus d'entreprises et donc plus d'emplois et plus de richesse et, finalement, plus de

15. Précisons que le territoire est un artefact construit. C'est-à-dire que sa construction, donc son évolution, est organisée en fonction des ressources, des coopérations et des compétences disponibles et actionnées. Ainsi, il s'articule autour du contexte matériel et immatériel en présence et s'incarne dans les logiques économiques, sociales et politiques sans pour autant être toujours en mesure de les contourner voire les dépasser. Citons, par exemple, le cas de la vulnérabilité de l'industrie de la pêche (effondrement des stocks de poissons, saisonnalité des emplois, exode rural) de la Gaspésie qui rend difficile l'émergence d'un écosystème favorable à l'entrepreneuriat et à l'innovation, et ce, malgré l'effort des pouvoirs publics pour instaurer des infrastructures d'aide et de soutien (Trépanier *et al.*, 2013).

développement territorial. L'entrepreneuriat est un processus social, comme le rappellent Davidsson (2005), Dimov (2007) ou Sarasvathy (2008), qui relève tant des individus que de leur environnement. Ce qui donne la définition suivante regroupant les principaux éléments discutés :

> L'entrepreneuriat, c'est l'action humaine, soutenue par le milieu environnant, pour créer ou développer toutes sortes d'activités économiques et ainsi générer de la valeur nouvelle sur les marchés dans le but de mieux répondre aux besoins individuels et collectifs d'un territoire.

Derrière cette création de valeur nouvelle par les entreprises, nous retrouvons les attentes des intervenants pour mieux comprendre comment promouvoir l'entrepreneuriat visant à stimuler l'activité économique essentielle à la vitalité de leur territoire.

## 1.2. Les objectifs et les attentes des intervenants en matière entrepreneuriale

Évidemment, définir les causes ou les déterminants favorisant le mieux possible l'entrepreneuriat n'est pas facile. Si la réponse était claire, il y a longtemps que les chercheurs auraient été mis au travail pour ce faire et les intervenants l'auraient expérimentée pour favoriser la création d'emplois, diminuer le chômage et, finalement, la pauvreté dans plusieurs pays et régions. On trouve toutes sortes d'entreprises alors que peu d'entre elles perdurent et créent des emplois de façon continue, sinon ceux de l'entrepreneur et sa famille. De même, ces entreprises évoluent dans divers milieux dont la structure industrielle varie et qui relève de diverses conjonctures plus ou moins favorables à la création et à la pérennité ou à la consolidation des entreprises et donc au développement économique.

L'objectif de connaître ou de mieux comprendre les déterminants favorisant l'entrepreneuriat suppose d'étudier un très grand nombre de variables affectant différemment des groupes d'entreprises et applicables à différents territoires. À cette fin, beaucoup de pays et d'organisations

internationales cherchent depuis quelques années à réaliser ces analyses pour lesquelles ils développent des banques de données adaptées et aptes à fournir les informations les plus pertinentes. Cet objectif requiert d'en distinguer les plus importantes, compte tenu des caractéristiques de ces territoires et de leurs structures industrielles particulières. Cette analyse doit permettre d'orienter les interventions et les politiques favorisant l'entrepreneuriat.

Un des problèmes de ces analyses est que, malgré cet objectif partagé par les chercheurs et les intervenants, on rencontre de nombreux points de vue sur l'entrepreneuriat, et ce, dans un même pays, ce qui rend difficile la formulation d'une réponse simple à la question. Certains l'associent à la seule création d'entreprises selon un point de vue d'économie capitaliste et limitant ainsi le plus possible l'intervention de l'État, alors que d'autres parlent du besoin de contrôler les excès des entreprises capitalistes, de stimuler celles qui favorisent l'emploi et le bien-être des citoyens, et même d'aider à multiplier les entreprises sociales. D'autres discutent de l'importance de créer son propre emploi ou de la création d'entreprises à hauts salaires avec de forts avantages sociaux, délaissant les emplois à salaire minimum. Ces différences de points de vue affectent l'identification des causes et leur poids dans les orientations choisies. Non seulement ces déterminants ne sont pas les mêmes dans tous les cas, mais leur incidence varie selon les territoires et leur conjoncture. Il est donc opportun de mettre en exergue les objectifs les plus fréquemment partagés qui orientent la politique des gouvernements en matière de promotion de l'entrepreneuriat et, ensuite, d'identifier leurs attentes dans le cadre de la mesure de l'entrepreneuriat.

Les objectifs qui orientent la politique publique en matière d'entrepreneuriat tournent autour des interrogations suivantes : s'agit-il d'obtenir le plus grand nombre d'entrepreneurs créateurs de leur propre (et autres) emploi, de favoriser la dynamique compétitive par la volatilité des créations et des fermetures d'entreprises ou, enfin, de rendre certaines régions aussi, voire plus, entrepreneuriales que d'autres ?

Trois objectifs généraux semblent se dégager, comme nous le verrons dans les modèles du chapitre 3 : créer davantage d'emplois, accroître la compétitivité et la croissance de l'économie et faire des régions des territoires plus autonomes par l'entrepreneuriat.

### 1.2.1. La création des emplois

Créer davantage d'emplois consiste à encourager le plus d'individus possible à devenir entrepreneurs, soit en créant leur propre emploi, soit en démarrant des entreprises employant d'autres individus, soit en générant de la croissance dans les entreprises existantes pour multiplier ces emplois. Le rôle que l'entrepreneuriat peut jouer dans l'amélioration de la position économique et sociale de la population constitue un aspect crucial aux yeux des pouvoirs publics. On peut citer l'exemple de la mise en œuvre de politiques publiques visant à faciliter la participation à la vie économique de certaines catégories de la population, incluant les jeunes, les femmes ou les immigrants, à travers divers appuis au travail indépendant et à la création d'entreprises (Davis, 2006a).

De très nombreuses études se sont évidemment intéressées à la création d'emplois qui est non seulement une mesure critique de l'activité économique d'un pays ou d'une région, mais qui est finalement la base de leur développement. L'idée selon laquelle les PME sont à l'origine de la majorité de nouveaux emplois est largement partagée, sans toutefois faire l'unanimité. C'est pourquoi le rôle que jouent les PME et les entreprises nouvelles dans la création de nouveaux emplois demeure au centre des préoccupations des pouvoirs publics.

Rappelons toutefois que les PME et les entreprises nouvelles ne sont pas les seules à faire croître l'emploi. Parmi les grandes entreprises, certaines continuent de voir croître leurs effectifs alors que d'autres réduisent leurs activités. On ne peut donc se restreindre aux premières quand on mesure l'effet de l'entrepreneuriat sur l'emploi. La majorité des créations brutes d'emplois sont imputables aux entreprises en croissance déjà en

place. Cette situation a suscité des discussions suggérant aux pouvoirs publics d'étendre la politique de soutien à l'entrepreneuriat aux entreprises existantes pour qu'elles puissent accélérer la croissance de leurs activités et créer davantage de nouveaux emplois (Chabaud, 2009 ; Shane, 2009 ; OCDE, 2010).

### 1.2.2. L'accroissement de la compétitivité et la croissance économique

De nombreux décideurs politiques sont persuadés que la promotion de l'entrepreneuriat joue un rôle crucial pour soutenir la compétitivité et la croissance économique de leur pays. C'est pourquoi l'Union européenne, avec comme perspective de faire de l'Europe un continent plus entrepreneurial, a mis en place une politique qui vise à orienter les actions des entrepreneurs vers la compétitivité et la croissance (Commission européenne, 2005). Les faits semblent montrer que le brassage des entrées et des sorties des entreprises a des effets positifs favorisant une plus grande compétitivité, source d'une croissance économique plus soutenue (Vale, 2005 ; Ahmad, 2008), comme l'explique le concept de *destruction créatrice* de Schumpeter (1942). Sachant que les multiples ententes entre les grandes entreprises et leurs attentes envers les gouvernements freinent souvent leur modernisation, comme on le voit au Québec avec, par exemple, l'industrie des pâtes et papiers, les PME qui subsistent sont condamnées à innover et à augmenter leur productivité pour faire face à la concurrence.

En d'autres termes, les créations et les fermetures ou le maintien en affaires jouent un rôle majeur dans l'amélioration de la compétitivité pour deux raisons. Premièrement, l'entrepreneuriat accélère la sortie des firmes qui affichent une faible productivité ; ce phénomène est particulièrement souhaitable lorsqu'elles sont remplacées par d'autres entreprises entrantes plus productives. Deuxièmement, l'entrepreneuriat accélère le rythme d'innovation des entreprises existantes afin qu'elles maintiennent leur développement et leur distinction favorisant leur compétitivité.

Rappelons d'ailleurs que l'objectif est de soutenir la compétitivité qui, plus que la productivité, exige de l'innovation permettant d'être concurrentiel sur les marchés[16].

Une politique publique qui vise à faciliter non seulement les entrées, mais le développement d'une partie des entreprises par la mise en place de politiques favorisant la modernisation des équipements et la formation du personnel, constitue un aspect capital pour stimuler la compétitivité favorisant l'innovation, la productivité et la croissance de l'économie. On peut également citer l'implantation des infrastructures dotées de ressources et des compétences dans des domaines particuliers (p. ex. le Quartier des spectacles à Montréal) afin de créer un climat favorable à une dynamique d'innovation.

### 1.2.3. Le développement entrepreneurial en région

De nombreuses études rappellent qu'on trouve un peu partout des régions plus entrepreneuriales que d'autres (Julien, 2005 ; Acs et Mueller, 2008). L'entrepreneuriat est un moyen de stimuler davantage la compétitivité des régions, qu'elles soient en stagnation ou en développement. Cette politique peut être générale, mais elle peut aussi s'appliquer différemment selon le dynamisme de chaque région, ainsi que les différents facteurs que l'on y retrouve. Les rôles que peuvent jouer l'État, les intervenants régionaux et les réseaux d'appui semblent déterminants à cet égard (Verheul *et al.*, 2002 ; Larsen, 2008 ; Isenberg, 2010).

Une question de fond porte sur le rôle de l'État dans l'entrepreneuriat. Pour les économistes néolibéraux, les autorités n'ont pas de rôle à jouer, car l'entrepreneuriat concerne des individus qui agissent de leur propre initiative. Pour les autres, les pouvoirs publics ont une grande

16. Par exemple, des firmes comme celle de Louis Garneau, avec leur grand pouvoir d'innovation ne sont pas nécessairement très productives alors qu'elles sont très compétitives. Pour une discussion sur la distinction entre productivité et compétitivité, voir Julien (2005, p. 56).

latitude pour faciliter l'entrepreneuriat de manière plus ou moins directe (Lundström et Stevenson, 2005). Pour ce faire, certains pays préfèrent se limiter à mettre en place des institutions visant à développer une législation de la concurrence freinant les monopoles et la concurrence déloyale, ou encore des lois protégeant les actifs cognitifs et immatériels comme les brevets et les droits d'auteur. L'État peut aussi agir à travers ses institutions comme celles dédiées à mieux former de futurs entrepreneurs, ou encore des incubateurs d'entreprises, des centres de recherche et de valorisation, des pôles technologiques, des structures de financement locales où les fonds publics bonifiés par des fonds privés permettent de compléter la chaîne de financement, en appuyant des projets qui ne peuvent être soutenus par le système bancaire.

Par ailleurs, les services des consultants, les établissements financiers, les organisations internationales, les associations professionnelles, les universités et les centres de recherche constituent des exemples de réseaux d'appui nécessaires au développement de la culture entrepreneuriale dans une région donnée (Lundström et Stevenson, 2005 ; OCDE, 2010) à la condition qu'ils apprennent à mieux coopérer en développant des langages communs et une meilleure reconnaissance des besoins et des capacités des uns et des autres.

On retrouve également cette structure de réseau à l'intérieur de secteurs industriels où se côtoient des entrepreneurs, des chercheurs, des consultants, des agents de développement économique, comme dans le cas de l'industrie de la transformation des produits de la mer au Québec. Ces intervenants œuvrent en synergie afin d'améliorer la compétitivité des entreprises en proie à de grandes difficultés dues à la concurrence mondiale, mais aussi à des pénuries de main-d'œuvre et aux restrictions pour la conservation de la ressource. L'efficacité de telles structures est toutefois conditionnelle à ce que tous les acteurs s'entendent sur les défis que doivent relever les entreprises pour assurer leur développement et leur pérennité, et que les compétences nécessaires pour les relever soient disponibles (Trépanier *et al.*, 2013).

Les réseaux fournissent des services de R-D, d'assistance technique, de conseil ou de financement au profit des entreprises dans une perspective de développement des régions où elles sont implantées (Julien, 2005).

Dans ces objectifs faisant suite à la définition de l'entrepreneuriat, il reste à préciser un autre de ses éléments clés, soit l'innovation qui va nous permettre de pénétrer plus avant dans l'entrepreneuriat avant de discuter de sa complexité et d'étudier les différents efforts d'application au cours des deux dernières décennies. Mais d'abord, il faut discuter des modèles essayant d'expliquer les mécanismes de l'entrepreneuriat.

Chapitre 2

# L'innovation, élément clé de l'entrepreneuriat

*Ainsi, l'esprit humain n'aperçoit jamais devant lui un champ sans limite ; quelle que soit son audace, il sent de temps en temps qu'il doit s'arrêter devant des barrières insurmontables. Avant d'innover, il est forcé d'accepter certaines données premières, et de soumettre ses conceptions les plus hardies à certaines formes qui le retardent et qui l'arrêtent.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 1, partie 2, chap. IX, p. 216

Dans cette notion d'entrepreneuriat et de la même façon que nous avons situé la création et la reprise d'entreprise, il faut maintenant nous arrêter plus avant sur l'innovation constituant l'élément complémentaire de l'entrepreneuriat pour soutenir cette création et encore plus la transformation des entreprises après leur création. En d'autres termes, si la création d'entreprises est le premier élément de l'entrepreneuriat, le second porte sur leur survie et leur développement. Mais cette survie et ce développement passent par la saisie d'opportunités et par l'innovation. L'innovation est donc essentielle à toute entreprise pour faire face au changement constant dans l'économie, qu'elle croisse ou non.

L'innovation est pour Schumpeter l'application la plus évidente du processus entrepreneurial puisqu'elle provient de la volonté des entrepreneurs de répondre à ce changement dans l'économie, mais aussi

de le soutenir. Indirectement, elle permet de profiter de l'incertitude pour *confondre* si possible la concurrence, ou du moins la suivre afin de ne pas être dépassé et ainsi disparaître.

Pour bien comprendre tout cela, nous allons d'abord définir le concept d'innovation en le distinguant de l'invention ou de la créativité tout en expliquant qu'il en existe de toutes sortes. Puis, nous allons présenter ses caractéristiques et ses applications. Enfin, nous nous arrêterons sur sa diffusion dans le cadre de l'entrepreneuriat général comme dynamique collective, notamment dans les PME comparativement aux grandes entreprises.

## 2.1. Une définition de l'innovation

L'innovation est par essence une nouveauté qui répond à un besoin ou crée ce besoin sur le marché. Elle n'est ni une découverte scientifique ni une invention, même si elle peut en découler. Elle résulte le plus souvent d'une recombinaison d'éléments connus afin d'offrir de nouvelles perspectives et de nouvelles pratiques à ce qui existe. La découverte repose sur des théories et des principes et provient le plus souvent de la science. Elle est rare et peut surgir plus ou moins par hasard, ce qu'on appelle la *sérendipité*[1], ou par la fertilisation croisée, une idée en entraînant d'autres (Van Andel et Bourcier, 2009). Par contre, l'innovation appartient moins au hasard, même si celui-ci peut y jouer un rôle, notamment dans la découverte de l'idée à l'origine de celle-ci. Elle se produit beaucoup plus fréquemment que la découverte. Elle est aussi plus complexe que l'invention du fait de sa relation obligée avec le marché. Pour certains auteurs, l'innovation peut inclure l'invention dans la mesure où celle-ci est transformée de façon à satisfaire les besoins des consommateurs, à moins qu'elle ait

1. Ce mot provient de *Serendip*, un des vieux noms de la Perse (l'Iran actuel), et s'explique par l'histoire du roi qui, ne pouvant se résoudre à choisir entre ses trois fils comme successeur, les aurait envoyés connaître le monde, ce qu'ils auraient fait en trouvant tout au long de leur périple et par leur grand esprit de déduction des faits inattendus à partir d'événements observés.

des effets pervers à court ou à long terme (Johnston, Gilmore et Carson, 2008 ; Nooteboom et Stam, 2008). On sait que certaines inventions sont plus ou moins inutiles et que toute innovation n'est pas nécessairement bonne pour l'économie et les consommateurs (Latour, 1992), comme dans le cas de plusieurs nouveaux médicaments en pharmacologie qui se révèlent néfastes après quelques années, et ce, malgré les multiples vérifications précédant l'homologation[2].

Par ailleurs, la créativité est le processus de génération d'idées nouvelles (Sternberg, 1998) alors que l'innovation concerne plutôt leur application (Cumming, 1998). La recherche conduisant à la création d'idées nouvelles précède l'innovation. Il n'y aurait pas d'innovation sans la génération d'idées (Foray et De Bandt, 1991). Nooteboom et Stam (2008) mettent en évidence cette relation entre la création (exploration) et l'application (exploitation) d'idées nouvelles. La créativité résulte souvent d'idées qui sont *dans l'air* (Marshall, 1964). Elle dépend donc d'un processus collectif, qui fournit informations et sources d'informations complémentaires pour parfaire l'idée de départ. C'est pourquoi il arrive souvent qu'une innovation survienne à plusieurs endroits en même temps.

Évidemment, il existe toutes sortes d'innovations. Traditionnellement, on distingue l'innovation de produits de celles de procédé, d'organisation et de mise en marché (Boer et During, 2001 ; Hovgaard et Hansen, 2004). Certains distinguent aussi l'innovation technique de l'innovation administrative (Alter, 2003a). Dans son édition de 2005, le *Manuel d'Oslo*, une référence reconnue dans le domaine de l'innovation, considère comme innovation « la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle

2. On peut consulter sur le Web des listes de médicaments qui sont toujours en circulation malgré le fait que des recherches aient démontré leurs effets négatifs sur la santé des usagers. Voir notamment la revue *Prescrire* (<http://www.prescrire.org>), revue médicale indépendante, qui diffuse son palmarès annuel des médicaments dangereux.

dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures » (OCDE, 2005d, p. 54). Avec le temps, on constate une ouverture de cette définition où la nouveauté côtoie l'amélioration pour qualifier l'innovation. Ajoutons que parfois l'innovation peut être purement psychologique pour un ancien produit auquel on attribue un nouvel usage, même inutile.

Dans la réalité, ces distinctions sont souvent difficiles à faire, puisque l'une ne va pas sans les autres et pour stimuler l'innovation, il faut reconnaître sa nature systémique et interactive (St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka, 2013). Il faut donc plutôt parler de dominance, ou d'origine, la première étant par exemple une innovation de procédés ou technologique permettant d'améliorer plus ou moins le produit et, par la suite, d'élargir le marché ou de perfectionner les techniques de vente, jusqu'à inventer une nouvelle façon de vendre.

On distingue aussi l'ampleur ou l'étendue de l'innovation, soit son degré de nouveauté ou d'intensité dans un marché, sinon dans toute l'économie. Ainsi, l'innovation radicale ou majeure, à l'encontre de l'innovation graduelle ou mineure, finit par avoir des répercussions importantes dans plusieurs secteurs de l'économie, telle l'informatique qui a transformé non seulement les procédés, mais aussi les méthodes de gestion. Généralement, les innovations majeures nécessitent la mobilisation des connaissances techniques plus avancées et visent la science, la technologie et la R-D (Johnston, Gilmore et Carson, 2008). Mais ce n'est pas toujours le cas. Jean-Jacques Salomon (1992), ancien directeur du comité de la science et de l'industrie à l'OCDE, considérait que la plus importante innovation du XX$^{e}$ siècle est le libre-service qui a transformé tout le système commercial des pays industrialisés. Il en est de même de l'introduction du conteneur maritime ayant mené à des réductions majeures des coûts de transport par voie navigable et de contrôle des ports (Levinson, 2006). Plus près de la période actuelle, on peut citer l'arrivée d'Internet qui a contribué à rendre accessibles plus rapidement et plus facilement toutes sortes d'informations, et a ainsi facilité les échanges entre différents acteurs de la société, puis le développement du test d'ADN

qui a mené, notamment, à la résolution d'un certain nombre d'enquêtes judiciaires en suspens depuis de nombreuses années, ou encore l'arrivée du téléphone cellulaire dit « intelligent » qui a transformé de façon importante les modes de communication entre les acteurs économiques, celle-ci se faisant de plus en plus en continu. Les innovations radicales sont rares ; elles représentent entre 6 et 10 % des projets d'innovation (Ettlie, 1999, cité dans Tidd, Bessant et Pavitt, 2005).

Les innovations graduelles ou incrémentales engendrent des changements mineurs, mais se retrouvent partout. Elles s'appuient le plus souvent sur une technologie de base et une configuration de produits essentiellement identiques. Elles sont faites de petites différences dans le produit ou les matériaux utilisés, dans le métier ou la façon de produire, dans la distribution, et donc dans la façon de faire ou d'offrir les biens et services, et même dans le service après-vente. Par leur nombre et leur caractère diffus, c'est-à-dire issues de plusieurs secteurs de l'entreprise, les innovations sont le plus souvent à la base de la distinction des entreprises tout en étant difficiles à déceler pour la concurrence. De plus, comme on le verra au chapitre 7, elles proviennent plus souvent de l'entrepreneur et de son équipe de direction (notamment à cause de leur proximité avec la clientèle), mais aussi des employés de production, des ingénieurs et des employés d'entretien, lorsqu'ils sont participants ou mis à contribution. Dans les PME, elles se développent généralement de façon informelle, loin de la fonction de R-D[3] (Mole et Worrall, 2001 ; Alter, 2003b ; Rogers et Lhuillery, 2006), échappant aux enquêtes statistiques formelles. Elles relèvent souvent du bricolage, un mot que les Américains ont repris, car il n'existe pas en anglais (Baker et Nelson, 2005). Certains auteurs la décrivent en tant que résultat et d'autres comme une activité.

3. Nous verrons plus loin que même si la majorité des innovations ne sont pas issues d'activités de R-D, en présence de telles activités, le rythme et le degré d'innovation semblent accrus (voir entre autres le rapport de St-Pierre et Mathieu, 2003, pour une démonstration empirique dans le cas de PME manufacturières québécoises).

*En tant que résultat*, l'innovation est vue comme une nouveauté cherchant à mieux répondre aux besoins du marché (que ce soit le cas ou non), soit avec une nouvelle entreprise, un nouveau produit ou une nouvelle production, soit en améliorant la production déjà en place, soit en rendant plus efficace la mise en marché (Rogers, 1995 ; Tidd, Bessant et Pavitt, 2005). C'est pourquoi toute nouvelle entreprise constitue de l'entrepreneuriat, comme le reconnaissent des chercheurs tels que Bygrave et Hofer (1991) ou encore Shane et Venkataraman (2000), même si elle ne fait que reproduire ce qui existe déjà. L'innovation sera alors imputable au choix de la localisation ou à des distinctions marginales de ce que font les entreprises qui ont été copiées.

L'innovation est en principe unique ou originale, c'est-à-dire qu'elle offre quelque chose qui n'existait pas auparavant sous cette forme, comme le conçoivent bon nombre d'entrepreneurs lorsqu'on les interroge (Hovgaard et Hansen, 2004 ; Ferro Cortez, 2012). Elle est nouvelle tant dans son usage que dans son application. C'est pourquoi elle résulte de l'entrepreneuriat qui cherche à changer les choses, les produits les comportements ou encore les structures.

La nouveauté ne se limite pas toutefois à ce qu'on ne connaissait pas auparavant. Elle peut aussi toucher à quelque chose de différent ou qui est adapté à un autre contexte, comme un nouvel emplacement, ou de nouveau pour l'organisation qui l'adopte, même si celle-ci existe déjà ailleurs (Mol et Birkinshaw, 2009 ; Madrid-Guijarro, García et Van Auken, 2009). García et Calantone (2002) ou encore l'OCDE (2005a) expliquent qu'innover dans un contexte d'affaires n'est autre que faire quelque chose de nouveau ou de différent, voire de modifié ou d'amélioré. L'innovation peut aussi relever d'une fonction nouvelle ou d'une fonction permettant de réaliser une activité existante, ou encore rencontrer un usage imprévu et original d'un équipement, comme dans le cas des meilleurs chirurgiens qui adaptent bien souvent leurs instruments médicaux pour réaliser de nouveaux types d'opérations. La nouveauté n'est pas une fin en soi. Elle ne vaut souvent que si elle est appliquée dans l'entreprise pour améliorer ses performances.

*En matière d'activité*, l'innovation est l'introduction ou l'exploitation d'une nouveauté (Sharma et Chrisman, 1999 ; Nooteboom et Stam, 2008). Plusieurs chercheurs, à la suite de Schumpeter, arguent toutefois qu'il n'y a rien de nouveau sous le soleil. L'innovation résulte tout simplement d'une combinaison plus ou moins nouvelle de plusieurs éléments qui existent déjà (Boer et During, 2001). Cette recombinaison génère une nouvelle réalité touchant à un ou des produits et au processus de production. C'est dans ce cadre que Choo (1998) fait de l'innovation une nouvelle création de savoirs par la conversion d'informations disponibles en nouvelles informations. Et cela ne se réduit pas à des avancées technologiques, comme le notent Johnston, Gilmore et Carson (2008), mais souvent, et aussi, à des choses relativement simples. C'est le cas de la cuisine des grands chefs, basée sur une recomposition en quantité plus ou moins grande de deux jusqu'à six éléments de la nourriture que sont l'amer ou le doux, le sec ou le gras, le sucré ou le salé, éléments préparés de façon particulière pour finalement impressionner l'œil et surtout le palais. Chacun de ces éléments peut receler des nuances innombrables, soit un peu plus ou un peu moins doux, sucré, amer, etc., ce qui crée un nombre quasi infini de recombinaisons au goût très subtil[4]. Par conséquent, les combinaisons possibles créant une innovation sont pour ainsi dire infinies, et donc accessibles à n'importe quelle entreprise astucieuse et bien branchée sur l'information nouvelle, quel que soit son secteur d'activité.

L'innovation, en tant qu'activité de recombinaison, concerne finalement un changement (Mole et Worrall, 2001 ; Soparnot et Stevens, 2007) qui permet le passage d'un état à un autre. Le changement peut

4. Même pour l'humble pomme de terre, il existe plus d'une centaine de variétés dont certaines se marient de façon très harmonieuse avec certaines viandes, pour créer des goûts particuliers, à la façon des vins avec certains fromages. De même, les Italiens ont inventé plus d'une centaine de sortes de pâtes, la plupart succulentes et très éloignées de celles que l'on retrouve dans la restauration nord-américaine n'ayant d'italien que le nom, pâtes fines qui peuvent servir à différencier n'importe quel bon restaurant. Rappelons que cette métaphore de la nourriture pour comprendre le phénomène continu de l'innovation est utilisée aussi par Nooteboom (2000, p. 40).

s'appeler adoption, adaptation, amélioration, modification, rupture ; il transforme finalement la situation antérieure. Innover, c'est faire des changements pouvant être définis en matière de nouveaux développements dans un secteur ou sur un marché afin de créer finalement une situation entrepreneuriale nouvelle transformant l'équilibre concurrentiel et le marché et répondant à l'incertitude. En cela, il s'agit fondamentalement d'un processus d'entrepreneuriat collectif.

## 2.2. Les caractéristiques propres à l'innovation

On peut reconnaître six caractéristiques liées à l'innovation : 1) elle se développe à cause de l'incertitude socioéconomique ; 2) elle génère une valeur nouvelle lorsqu'elle est acceptée par le marché et doit donc répondre aux besoins de ce dernier ou créer ce besoin ; 3) elle résulte d'un échange explicite ou implicite d'informations provenant de l'organisation et de l'extérieur de celle-ci, notamment des collaborateurs ou des réseaux ; 4) elle entraîne souvent un processus tourbillonnaire, chaque innovation en réclamant d'autres ; 5) elle demande du temps pour passer de l'idée à l'application ; 6) elle résulte d'un processus orienté ou en bonne partie volontaire, suivant une certaine trajectoire. Le tableau 2.1 résume ces six points et présente quelques auteurs soutenant chacune de ces caractéristiques.

### 2.2.1. L'innovation se développe dans l'incertain

L'innovation n'existe que parce qu'il y a incertitude dans l'économie. Si tout était sûr, le changement n'existerait pas et personne n'essaierait de trouver des façons d'améliorer les choses pour lui-même ou pour le marché. En contrepartie, l'innovation est de nature risquée puisqu'on ne peut savoir à l'avance, à la naissance de l'idée jusqu'à son application, si le projet fonctionnera ou même si le processus de développement sera efficace (Lenfle et Midler, 2003). L'innovation relève de l'analyse d'information, mais aussi du hasard et de l'intuition ; elle est un pari sur le futur (Shackle, 1967).

**Tableau 2.1**
Six caractéristiques liées à l'innovation

| Caractéristiques de l'innovation | Auteurs |
|---|---|
| 1. Elle se développe à cause de l'incertitude dans l'économie. | Alter (2003a), Lenfle et Midler (2003), Julien (2005), Soparnot et Stevens (2007), Nooteboom et Stam (2008), Stam et Wennberg (2009) |
| 2. Elle est source de valeur nouvelle et doit donc nécessairement atteindre le marché pour constituer une innovation, à l'encontre de la découverte ou de l'invention. | North et Smallbone (2000), Julien (2005), OCDE (2005d), Kenny et Reedy (2006), Soparnot et Stevens (2007), Nooteboom et Stam (2008), Johnston, Gilmore et Carson (2008) |
| 3. Elle provient de l'échange et de la transformation collective d'informations tant en interne qu'à l'externe. | Aldrich et Zimmer (1986), Nonaka et Takeuchi (1995), Yli-Renco, Autio et Sapienza (2001), Hovgaard et Hansen (2004), Julien, Andriambeloson et Ramangalahy (2004), Matusik et Heeley (2005), Watson (2006), Vaghely et Julien (2010) |
| 4. Elle se développe le plus souvent selon un processus circulaire ou tourbillonnaire et recourt parfois à l'intuition et au hasard. | Callon (1995), Ford (1996), Shane (2000), Nooteboom et Stam (2008) |
| 5. Elle réclame du temps pour se développer et s'appliquer. | Lenfle et Midler (2003), Soparnot et Stevens (2007), Johnston, Gilmore et Carson (2008) |
| 6. Elle se concrétise parfois à la suite d'une certaine trajectoire ou d'un processus orienté. | North et Smallbone (2000), Lenfle et Midler (2003), Julien (2005), Kenny et Reedy (2006), Soparnot et Stevens (2007), Mol et Birkinshaw (2009) |

C'est d'abord une affaire de foi, sans garantie, pour l'entrepreneur et son organisation, avec des contours flous en ce qui concerne son développement et son application (Alter, 2003a et b ; Stam et Wennberg, 2009). L'innovation n'est pas toujours rationnelle. Sa logique peut obéir à d'autres considérations que la rationalité économique liée à l'efficacité du marché

et conduit par une main invisible. Ce qui fait dire à Richard Lipsey (1996)[5] que la science économique traditionnelle est incapable de comprendre l'innovation et même le changement technologique, puisque l'innovation relève de mécanismes cognitifs (mentaux) individuels et organisationnels échappant au positivisme de cette science. Elle relève d'un processus collectif et itératif dépassant, par exemple, « la recherche de la meilleure solution pour une entreprise » (Nooteboom, 2006a, p. 117). D'ailleurs, l'innovation est d'abord dans la tête avant d'être une question d'analyse (Julien *et al.*, 1994).

Dans le cas d'innovation majeure touchant des sections entières de l'économie, elle peut réserver de grandes surprises pour les entreprises passives et non attentives, comme le rappellent Nooteboom et Stam (2008). Tel le cas de l'appareil photo numérique qui a transformé non seulement la production de pellicule et touché de façon majeure les détaillants de ce produit, mais aussi le travail des photographes. Elle a généré de grandes répercussions sur le média, les éditeurs, les publicistes, les designers, les artistes, etc. Pensons aussi à l'arrivée des tablettes numériques qui bouleversent le monde de l'informatique de même que celui de la télévision et de l'édition et obligent à des restructurations complètes de certains secteurs sous peine de voir un nombre grandissant d'entreprises fermer leurs portes.

On sait aussi que l'innovation peut requérir des investissements financiers élevés sans assurer un rendement de l'investissement. Certaines études mettent en évidence des taux d'échec élevés (50 à 70 %) dans le lancement de nouveaux produits (Soparnot et Stevens, 2007). Ces faibles succès peuvent s'expliquer de multiples façons, comme le choix d'un mauvais intervalle de temps (*timing*) entre l'arrivée sur le marché et l'expression

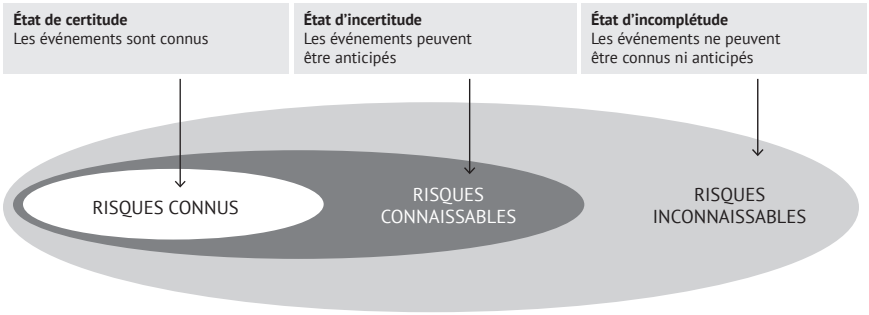
5. « Moi-même, quand j'étais étudiant, je ne comprenais rien au changement technologique. La plupart des économistes que je connais en savent très peu sur la technologie et ne croient pas que ce soit un problème, ce qui est encore plus scandaleux. Or le changement technologique est une des plus importantes forces économiques qui affectent notre niveau de vie » (Lipsey, 1996, p. 48).

des besoins des consommateurs, une mise en marché déficiente, un produit qui ne répond tout simplement pas à une demande réelle ou aux exigences des consommateurs. Il se peut également que la firme ne parvienne pas à convertir une idée en produit commercialisable, que le produit, une fois mis sur le marché, n'atteigne pas le nombre de ventes espéré ayant mal été développé, ou encore qu'il utilise les mauvais canaux de distribution. Il reste que les échecs, à moins qu'ils ne soient trop graves, peuvent être source d'apprentissage pour les succès éventuels, comme le montre Bertrand (2012) dans l'étude des risques liés au développement de produits.

Il faut toutefois mentionner que l'expérience représente un facteur clé dans le succès du lancement d'un nouveau produit, en permettant de réduire différentes dimensions de l'incertitude, parce que l'entreprise sera mieux en mesure d'apprécier la réaction des clients et des concurrents, les technologies à utiliser et les stratégies à déployer. Cette expérience permet de bâtir la connaissance nécessaire pour anticiper les difficultés et mitiger les risques qui se présenteront. Toutefois, plus le degré de nouveauté de la situation sera important, plus grande sera l'incertitude et moins l'entreprise aura les connaissances pour la réduire.

La figure 2.1 présente trois domaines d'incertitude et de risques allant du connu à l'inconnaissable, sachant que l'inconnaissable est contextuel. On peut ainsi mieux comprendre les avantages du réseautage et des collaborations qui permettront à une entreprise de se déplacer vers un environnement « connu » de plus grande certitude et de risques qu'elle est à même d'identifier. Cette figure permet aussi de comprendre pourquoi certaines entreprises plus réfractaires à la prise de risque se camperaient dans une stratégie d'innovation incrémentale ou marginale plutôt que d'innovation radicale, cette dernière se trouvant dans une zone dominée par des situations inconnaissables et donc « incomplètes ». On note aussi que les dimensions des différentes sphères de connaissances sont proportionnelles au degré de nouveauté de la situation, celui-ci étant lié entre autres à l'expérience des entreprises.

**Figure 2.1**
Incertitude et risques : du connu à l'inconnaissable




Source : Adapté de Bertrand (2012, p. 96).

## 2.2.2. L'innovation est source de valeur nouvelle

Ce qui fait que l'innovation est un élément important de l'entrepreneuriat est qu'elle est source de valeur nouvelle liée au développement de l'idée en nouveau produit ou nouveau processus affectant le marché, pouvant changer l'équilibre de ce dernier et donc la concurrence et la demande. La valeur ainsi créée correspond à la valeur d'usage ou d'utilité[6] (Kenny et Reedy, 2006). Pour la firme, elle génère une valeur économique d'échange se traduisant par des ventes, des profits et un rendement satisfaisant des investissements engagés. Elle est aussi reconnue comme créatrice de valeur sur le marché pour résoudre les problèmes (ou en créer d'autres) tant d'ordre sociétal et écologique que territorial en augmentant le dynamisme des entreprises. Cette valeur est finalement donnée par le marché, qui peut la refuser ou l'accepter à moindre prix, du moins au début, avant que l'intérêt ne se développe graduellement (Sharma et Chrisman, 1999 ; Johnston, Gilmore et Carson, 2008).

6. L'utilité peut être réelle ou imaginée individuellement ou collectivement, comme dans le cas de la mode, pour se distinguer en groupe des autres groupes, ce que Baudrillard (1970) appelle la *valeur de signification*.

L'innovation est le fruit d'une relation particulière avec le marché – souvent presque intime dans le cas des microentreprises ou des travailleurs autonomes qui répondent différemment aux besoins de chaque client (Pacitto et Julien, 2006) –, qui permet à l'innovateur de sentir ce dernier ou même de percevoir ses besoins avant qu'il ne les exprime. Elle peut répondre à une demande de ce marché ou provenir d'idées de chercheurs, de producteurs ou d'utilisateurs capables de combiner des éléments nouveaux pour créer un nouveau marché.

### 2.2.3. L'innovation réclame de l'échange et de la transformation collective d'informations

Les études sur l'innovation montrent différentes perspectives permettant de l'aborder. Varis et Littunen (2010) en identifient quatre. On retrouve : 1) la perspective individuelle où l'innovation est le résultat des activités de l'entrepreneur innovant de Schumpeter ; 2) la perspective organisationnelle où l'innovation émane des activités de l'entreprise, ce qui constituait l'approche dominante dans les études en gestion jusqu'au début des années 2000 ; 3) l'approche par les réseaux, qui a émergé au milieu des années 1980 ; et 4) l'approche systémique (les systèmes d'innovation) qui ajoute aux réseaux les différentes composantes institutionnelles de l'environnement externe des PME. Nous nous penchons maintenant sur l'importance des réseaux pour les approfondir davantage. Ainsi, on sait que l'innovation est un processus collectif qui ne peut être isolé puisqu'elle repose sur la recherche et l'échange, le tri, l'absorption et la transformation de l'information provenant de l'organisation et des réseaux (Julien, 2005). Elle suppose que l'entrepreneur croit à ses avantages, se tient aux aguets et demande à son organisation d'être alerte pour saisir des idées entre des centaines d'informations qui arrivent pour gérer le quotidien et répondre au marché.

Comme le rappellent St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka (2013), l'information technologique de même que l'information commerciale et stratégique (concurrence) sont des ressources essentielles en innovation.

L'information technologique peut influencer la décision d'innover de l'entreprise dans la mesure où sa disponibilité facilite l'adoption des changements techniques et organisationnels ou encore la résolution des problèmes rencontrés qu'exige la saisie d'une opportunité (Bruque et Moyano, 2007). Landry et Amara (2002) estiment que l'entreprise qui a accès à une large variété d'informations technologiques externes serait dans une meilleure position pour identifier et développer des opportunités d'innovation ignorées de ses concurrents directs. Sur les plans commercial et stratégique, l'absence d'information sur le marché, ou l'incapacité d'en obtenir, de l'évaluer et de la transformer en application, sont, elles aussi, perçues comme une barrière à l'innovation (Hewitt-Dundas, 2006 ; Zahra et George, 2002). L'information qui provient de l'intérieur peut émaner de l'équipe de R-D et de ses compétences collectives. Elle peut aussi venir du reste du personnel si celui-ci participe régulièrement à l'amélioration de l'organisation (Witt, 1998) et bénéficie d'un environnement où la confiance et le partage des idées sont importants, voire valorisés (Senge, 1990 ; Nonaka et Takeuchi, 1995). Elle peut être facilitée par différentes pratiques et techniques de créativité stimulant l'échange d'idées (Carrier, 2000 ; Boly, 2004), soutenues par des rétroactions et des participations à des conférences et des foires industrielles entraînant le développement des connaissances.

Dans les organisations apprenantes, les passerelles informationnelles, notamment les vendeurs et les acheteurs, jouent un rôle particulier puisqu'elles sont systématiquement en relation avec l'extérieur, soit les clients, dans le cas des vendeurs, ou les fournisseurs de matières premières et les équipementiers, dans le cas des acheteurs. Ceci permet d'obtenir toutes sortes d'informations tant sur l'évolution des goûts ou l'évolution technologique touchant ces matières et les équipements que sur les possibilités de faire évoluer les produits et de susciter de l'innovation de produits et de processus.

Dans certaines organisations, on trouve aussi ce qu'on appelle des *catalyseurs* ou *catalystes de connaissance* (Von Krogh, Ichijo et Nonaka, 2000 ; Vaghely, Julien et Cyr, 2007) qui ont pour mission formelle ou

implicite d'inciter le personnel à recourir à leurs réseaux pour saisir l'information tacite et la partager, et les amener ensuite à réaliser certains changements opérationnels plus ou moins importants ou à mettre de côté les ressources inutilisées pour de nouvelles innovations ou opportunités (Ardichvili, Cardozo et Ray, 2003).

Les sources d'information qui proviennent de l'extérieur sont plus nombreuses, mais demanderont plus d'efforts pour être déchiffrées, analysées et valorisées. Parce qu'elles sont étrangères à l'organisation, elles sont également plus riches et plus susceptibles de contribuer à des innovations (Julien, Andriambeloson et Ramangalahy, 2004). Les informateurs de proximité sont les partenaires d'affaires avec qui l'entreprise entretient de fréquents contacts, soit les clients, les fournisseurs, les conseillers financiers, qui procurent des informations ayant un faible degré de nouveauté. Alors que les institutions d'enseignement, les centres de recherche, les consultants, avec qui l'entreprise a moins de contacts, apporteront des informations inédites, mais aussi plus pointues. Finalement, l'entreprise peut également obtenir des informations de source publique grâce à Internet, aux revues, aux foires et aux expositions.

Par ailleurs, ces informations peuvent aussi émerger des réseaux (Ucbasaran, Westhead et Wright, 2001 ; Flynn et Forman, 2001), dont ceux à signaux faibles confrontant les croyances et les routines et stimulant la recherche d'idées nouvelles. Ces réseaux offrent au fil du temps de l'information retravaillée et adaptée aux besoins. S'ils sont riches (Daft et Lengel, 1984), ils forcent la créativité menant ainsi à un grand nombre d'idées nouvelles, complétées par celles issues des réseaux à signaux forts confortant les décisions et fournissant les informations nécessaires à l'obtention des ressources complémentaires essentielles à leur application (Ruef, 2002 ; Julien, Andriambeloson et Ramangalahy, 2004). Les réseaux demandent toutefois du temps pour être efficaces et doivent être remis régulièrement en question pour assurer cette efficacité (Watson, 2006).

Outre l'information, les réseaux ou les collaborations permettent aussi aux PME d'avoir accès aux ressources nécessaires pour « produire et diffuser » l'innovation. Celles-ci sont humaines, matérielles, financières, relationnelles et bien évidemment informationnelles. Leur accessibilité par l'entremise de réseaux ou de collaborateurs ne place pas les PME à l'abri des risques, comme de laisser échapper des connaissances stratégiques au profit des partenaires (et au détriment de l'entreprise), de voir son personnel clé quitter l'entreprise et d'accroître le temps perdu dans des activités de gestion et de coordination sans valeur ajoutée (Colombo *et al.*, 2012).

Les réseaux mettent aussi en relation les entreprises avec les sources de capital social afin d'accélérer l'application de l'innovation ainsi que la reconnaissance et la saisie ou la création d'opportunités (Aldrich et Zimmer, 1986 ; Carsrud et Johnson, 1989). Le capital social rend plus facile l'obtention des ressources tout en diminuant leurs coûts afin de mieux réussir l'innovation ou les changements majeurs nécessaires pour contrer la concurrence ou développer le marché (Yli-Renco, Autio et Sapienza, 2001). Les réseaux fournissent également l'information *potentielle* pour la décision, c'est-à-dire une certaine assurance que l'information complémentaire sera disponible au fur et à mesure que l'innovation se développera en rencontrant divers obstacles non prévus (Birley, Cromie et Myers, 1991).

La stimulation et l'échange informationnel venant tant de l'intérieur que des réseaux s'expliquent aussi par les capacités d'absorption (Zahra et George, 2002 ; Matusik et Heeley, 2005 ; Schmidt, 2005) et de transformation de l'information (Vaghely et Julien, 2010). Toute organisation est submergée par de l'information de toutes sortes. Il est donc difficile de départager l'information nécessaire à l'évolution des routines et de la gestion courante de celle offrant de nouvelles opportunités sur le marché. Ces capacités demandent du temps pour être efficaces, ce que Krueger (2007) appelle le poids

de l'expérience[7], développées par essais et erreurs et par la pratique. L'innovation provient souvent d'informations éparses recombinées et dont la valeur potentielle que l'on croit exprimée par le marché entraîne un changement graduel chez l'entrepreneur, comme l'explique le philosophe Jürgen Habermas (1987a et b) en rappelant que l'action est déjà dans la conception et dans la communication.

Dans cette organisation, l'entrepreneur joue donc un rôle clé. Elle requiert chez lui des capacités particulières pour transformer l'idée en une représentation virtuelle en lien avec les possibilités d'un marché potentiel (Ford, 1996). L'entrepreneur doit être particulièrement sensible pour discerner, avec son organisation, les signaux du marché et pour rechercher ou faire rechercher l'information complémentaire afin de développer une idée originale et d'en analyser les possibilités d'application. Il doit ainsi être intuitif pour synthétiser l'information et développer la célérité nécessaire pour réagir rapidement, soit dans la fenêtre d'opportunité (Julien, 2010). Son expérience est donc importante et la qualité de ses réseaux primordiale (Shane, 2000).

Bref, du fait même que l'information est collective et que sa recherche passe par l'organisation interne et externe, l'innovation est donc sociale et doit être appréhendée de cette façon si on la souhaite efficace.

### 2.2.4. L'innovation se développe selon un processus tourbillonnaire soutenu par le collectif

Trop d'analyses font encore état d'un développement de l'innovation, surtout lorsqu'il s'agit de nouveaux produits, selon un certain nombre d'étapes rationnellement enchaînées, depuis l'émergence d'une ou des idées de départ jusqu'à la mise en marché, incluant le développement

7. Toutefois, Krueger parle dans son article de pratiques délibérées pour améliorer la recherche d'opportunités ou l'innovation, alors que tout apprentissage comprend une dose de hasard et d'intuition. Cette expérience profite de la cohérence soutenue par une certaine vision (Filion, 1991) et par la trajectoire de l'entreprise.

et l'implémentation ; comme on le voit chez Hovgaard et Hansen (2004) s'inspirant du modèle processuel de Damanpour (1992), ou encore chez Kenny et Reedy (2006) se basant sur le modèle de Cumming (1998). Ces modèles sont *a priori* des processus linéaires. Or, la réalité est plus complexe comme l'ont montré Bertrand (2012) et Trépanier *et al.* (2013) dans des PME québécoises. Les PME les plus expérimentées en développement de produits adoptent des processus plus structurés et formalisés que les autres, profitant de l'expérience acquise pour mieux gérer l'incertitude et les risques inhérents, caractéristiques de l'innovation. L'importance de l'expérience n'empêche toutefois pas les entreprises de revenir en arrière à l'occasion pour ajuster leurs actions en fonction des résultats et du contexte.

Les activités d'innovation ne peuvent être entièrement planifiées, compte tenu des aléas qu'entraînent le maintien d'une certaine flexibilité et la capacité d'ajustement. Elles exigent non seulement des boucles de rétroaction, mais aussi des bifurcations vers de nouvelles idées et de nouvelles applications tout en imposant des changements dans les structures comme la formation du personnel ou l'achat de nouveaux équipements entraînant de nouvelles possibilités, ou encore le recours complémentaire aux réseaux, etc. L'innovation se développe le plus souvent dans un processus circulaire ou tourbillonnaire plutôt que totalement linéaire (Callon, 1995 ; Nooteboom et Stam, 2008).

Les modèles linéaires, bien qu'ils soient utiles pour comprendre la logique de certaines étapes, ne fournissent pas de théorie de découverte (l'exploration), précédant l'innovation (l'exploitation sur le marché). Pour ce faire, on doit y intégrer certains éléments des théories de cognition – comment les idées sont trouvées, développées et transformées – (Velmans, 1991 ; Baron, Byrne et Branscombe, 2006[8]) et avoir recours aux réseaux, pour assurer la multiplication des idées complémentaires, ou aux ressources, pour résoudre divers problèmes (Woo *et al.*, 1989 ; Nonaka et Takeuchi, 1995),

8. En particulier, les chercheurs parlent de l'importance de penser latéralement.

ou encore tenir compte du rôle de l'apprentissage comme processus d'interaction. Cette intégration théorique permet de comprendre comment l'exploration et l'exploitation peuvent être construites et reconstruites, dans un mouvement circulaire de découverte et de développement de l'innovation sur la base d'une communication ouverte et d'une distance cognitive suffisante entre les acteurs impliqués. Les modèles linéaires ont été remplacés par des approches plus systémiques permettant aussi des interactions et des boucles de rétroaction. Dans le contexte du développement de produit, Bertrand (2012, p. 70) précise :

> Les modèles évolutifs ont comme caractéristiques d'envisager l'innovation comme un processus en constante évolution. Ici, l'innovation génère continuellement de nouveaux produits et de nouvelles technologies qui agissent à leur tour sur le processus pour en voir émerger une configuration adaptée. Dans ce contexte, le processus de développement de produit est vu comme un système complexe qui intègre à la fois des réseaux tendus et des systèmes internes. Le système est souple, évolutif et s'adapte aux mutations de l'environnement externe.

Les réseaux sont intégrés, lorsque l'innovation peut profiter de l'expérience, des connaissances et des contacts avec l'environnement, mais aussi d'allers-retours pour s'ajuster rapidement et mieux répondre aux besoins changeants du marché.

Par exemple, dans les services, bien qu'on puisse recourir à des technologies développées dans le secteur manufacturier, la plupart des innovations ne sont pas de nature technique, mais touchent souvent de façon simultanée, plutôt que séquentielle, les méthodes d'approche et de persuasion des clients, utilisées en marketing, et celles de distribution et de vente, souvent liées à une adaptation différente pour chaque client.

Dans ces conditions, le processus d'innovation tourbillonnaire fait en sorte qu'on ne sait pas quand il démarre ni quand il finira, même si on peut discerner des pauses et des accélérations selon la multiplication et la diffusion des idées touchant aux différents éléments de la chaîne de valeur.

En outre, l'innovation dans les PME est le plus souvent faite d'une suite de petits changements, qu'on appelle l'innovation diffuse ou globale, ce qui est également le cas pour la plupart des petites ou très petites entreprises. Plusieurs de ces changements se font dans l'action, *chemin faisant* (Avenier et Schmitt, 2007) ou émanent d'un souhait, d'une critique ou du besoin latent d'un client. Ce besoin est transformé par les connaissances et le savoir-faire de l'entreprise, le tout dans un mouvement en spirale, touchant au produit, aux procédés, à l'organisation, à la publicité et à la distribution. Par exemple, une innovation de produit demande une innovation de procédé qui réclame des changements dans l'organisation, ce qui permet de nouvelles avancées pour répondre à de nouveaux clients obligeant à de nouveaux changements dans la production, et ainsi de suite.

### 2.2.5. L'innovation réclame du temps de réflexion et de développement

Évidemment, tout cela ne peut fonctionner sans exiger du temps pour la réflexion et le développement, puisque l'innovation demande de nouvelles ressources, de multiples idées après celle de départ, de nouveaux contacts auprès des réseaux et parfois une reconfiguration de l'organisation pour être à nouveau efficace. L'innovation aborde l'incertain aussi bien en ce qui concerne le marché que les technologies de production. D'une part, les clients ne connaissant pas encore bien la nouvelle offre proposée doivent en apprendre davantage sur l'usage et les bénéfices qui y sont associés et, de l'autre, la petite entreprise doit aussi apprendre à fabriquer et à adapter efficacement cette offre pour chacun de ses clients si elle veut se distinguer de la grande entreprise. Le développement de l'innovation dans l'entrepreneuriat se caractérise par un processus d'apprentissage progressif et prend du temps pour en arriver à quelque chose qui plaira au marché et dont le succès compensera l'incertitude et couvrira les investissements engagés. C'est sur la base de cette perspective temporelle que De Brabandère (1998) évoque la distinction selon laquelle la créativité

est l'étincelle qui fait démarrer la réflexion, alors que l'innovation peut être représentée par le mélange gazeux qui permettrait de résoudre un problème chimique. La première se fait dans un court laps de temps, même si son arrivée a demandé beaucoup d'efforts préalables, tandis que la seconde exige du temps pour se transformer en réalité et se réaliser. Tout innovateur qui arrive avec une bonne idée de produit ou de processus doit consacrer ensuite beaucoup de temps pour la retravailler afin de trouver les nombreuses idées complémentaires sur la manière de la produire, de trouver les ressources nécessaires et surtout de la distribuer. Comme dans le cas d'une idée de création d'entreprises qui peut survenir tout d'un coup, mais qui demande du temps pour mûrir, être matérialisée et traverser au moins les premières années.

Le projet d'innovation, une fois démarré, s'inscrit souvent dans une temporalité irréversible (De Jong et Marsili, 2006). C'est-à-dire que l'ensemble des choix faits tout au long du processus tend à contraindre la suite du développement sans que l'on puisse revenir sur chacun d'entre eux, sauf en recommençant une autre trajectoire (Lenfle et Midler, 2003). Cette décision prise ou à prendre au cours du processus d'innovation peut toutefois varier au fil du temps et en fonction de l'industrie. Les innovations internes se développent et peuvent prendre davantage de temps et d'importance avec la croissance de l'entreprise (Johnston, Gilmore et Carson, 2008). Cette situation peut être illustrée à travers les trajectoires technologiques dans lesquelles des périodes d'innovations de produit, axées surtout sur les modifications des fonctionnalités, sont souvent suivies par celles où dominent des innovations de procédé visant à améliorer la production et la distribution.

À titre d'exemple, Abernathy et Utterback (1978) expliquent que l'industrie automobile a été, à son origine, dominée par la concurrence sur les fonctionnalités des produits : types de motorisation (essence, électrique ou à vapeur), position du moteur (à l'avant ou à l'arrière), nombre de roues (trois ou quatre). Lorsque Henry Ford introduisit le modèle T, l'industrie arriva à un design dominant : moteur à essence, situé à l'avant,

quatre roues[9]. Dès que ce design fut fixé, le taux d'innovation de produit chuta, car la concurrence se déplaça vers les procédés permettant de produire efficacement ce type de véhicules. Cette situation, combinée à la collusion entre les compagnies pétrolières et les constructeurs automobiles, explique que l'on soit obligé de recommencer complètement les recherches pour en arriver à une voiture électrique peu coûteuse et répondant aux contraintes écologiques actuelles, alors qu'une telle voiture existait déjà au début du XX$^{e}$ siècle.

Ces trajectoires séquentielles ne sont pas toujours aussi nettes, car, dans la pratique, les innovations de produit et de procédé sont souvent développées de façon simultanée.

De toute façon, dans l'entrepreneuriat, à moins d'œuvrer dans un créneau protégeant la firme à moyen ou long terme, l'activité d'innovation revêt une dimension stratégique puisqu'elle détermine la capacité de la petite entreprise à se tenir à jour ou à devancer ses concurrents dans la durée, si elle veut survivre (Soparnot et Stevens, 2007). Compte tenu du processus de *destruction créatrice*, elle doit concevoir, développer, produire et mettre sur le marché des innovations au moins dans les mêmes délais que ses concurrents. La dimension temporelle constitue alors un aspect stratégique essentiel puisqu'on considère qu'un trop grand retard dans la mise sur le marché d'une nouveauté finit par faire perdre à l'entreprise tous ses avantages concurrentiels et peut même entraîner sa disparition (Cobbenhagen, 2000), sauf si ce produit répond mieux aux besoins des consommateurs. Toutefois, l'accélération du rythme d'innovation peut entraîner une augmentation significative de son coût, alors qu'on s'attend à ce que cette hausse soit compensée par le marché.

9. Ajoutons toutefois que ce recours exclusif à l'essence plutôt qu'à l'électricité s'est accéléré d'abord avec Rockefeller, fondateur de la firme pétrolière Standard Oil (ESSO, devenu plus tard EXXON) qui a acheté et fermé graduellement un bon nombre de firmes qui soutenaient le moteur électrique pour pouvoir vendre son essence, empêchant ainsi tout retour à d'autres possibilités. C'est un autre bon exemple que l'innovation n'est pas nécessairement salutaire pour la société.

Ajoutons aussi qu'un rythme plus rapide occasionne des risques d'erreurs et d'échecs plus importants, ce qu'arrivent à gérer plus efficacement les entreprises qui peuvent profiter de leur expérience.

### 2.2.6. Le concept de trajectoire

Le temps exige de choisir une trajectoire, c'est-à-dire que toute entreprise ne peut chercher et appliquer n'importe quelle innovation, n'importe quand. D'une part, elle fonctionne dans une industrie avec des règles plus ou moins connues ou des standards établis, comme nous venons malheureusement de le voir avec l'industrie automobile. D'autre part, son capital intellectuel construit au fil du temps et des expériences ne peut procurer, sauf exception, un rendement adéquat que dans les domaines dans lesquels il s'est construit grâce aux recherches et expériences antérieures. Chaque innovation développe des façons de penser, de comprendre le marché et d'appliquer les nouvelles idées ; elle entraîne aussi le développement d'idées selon une suite logique avec cet apprentissage et l'évolution des ressources afférentes. Ajoutons que ces trajectoires permettent de mieux comprendre ce que fera la concurrence dans les prochaines années puisqu'on peut penser que les nouvelles technologies que telle entreprise pense implanter sont probablement aussi en réflexion chez un ou plusieurs de ses concurrents, et qu'ainsi le temps joue un rôle encore ici important puisqu'on peut gagner sur la concurrence en implantant plus vite cette innovation.

En d'autres mots, l'intensité de la concurrence et les limites des ressources incitent certaines firmes à se spécialiser sur une trajectoire axée sur l'innovation de produits et de processus tout en s'assurant que leur organisation demeure efficace tant à l'interne que dans leur relation avec les clients, ce qui leur permet de maintenir leur avantage compétitif (Soparnot et Stevens, 2007). Plusieurs études empiriques soutiennent la logique selon laquelle l'innovation est une activité orientée vers un objectif précis plutôt que comme une fonction entreprise sans contrainte (Staw et Epstein, 2000 ; Mol et Birkinshaw, 2009). Lenfle et Midler (2003) ajoutent qu'une telle orientation permet aussi de réduire les délais menant

à une diminution des coûts de recherche et d'application. Évidemment, on trouve des exceptions[10] avec des entreprises qui acceptent de s'engager dans des chemins complètement nouveaux, montrant ainsi le paradoxe de l'innovation contrainte.

La trajectoire d'innovation des firmes peut être soutenue par les ressources disponibles sur le territoire en spécialisant les ressources-conseils, les centres de recherche et les programmes des collèges et des universités, mais aussi les programmes de financement pour favoriser l'innovation et, par conséquent, une certaine spécialisation de la main-d'œuvre pour appliquer ces nouvelles idées.

### 2.2.7. Les systèmes sociaux d'innovation

L'innovation étant de nature fondamentalement sociale, elle est le résultat de collaborations et d'interactions interentreprises, mais aussi et même surtout, entre les entreprises et diverses organisations à vocation scientifique, technologique et économique qui œuvrent au niveau d'une région ou d'un pays (Lundvall, 1992 ; Doloreux et Mélançon, 2007 ; Cooke, 2001 ; Cooke, Heidenreich et Braczyk, 2004). Ces organisations comprennent des entreprises clientes, des fournisseurs, des centres gouvernementaux de soutien aux entreprises, des établissements d'enseignement, des centres de recherche dans les universités, des centres de transfert et certaines organisations sectorielles ou privées qui ont un effet sur la capacité d'innovation des entreprises.

L'innovation est donc régie par des échanges de proximité entre des acteurs qui visent à solutionner rapidement des obstacles ou des impasses ponctuelles (Boschma, 2005). Elle est aussi facilitée par le partage de valeurs et une culture régionale commune essentielle au transfert de connaissances tacites. Les activités d'innovation dans les entreprises

10. Notamment 3M (Minnesota Mining and Manufacturing Company), qui n'a plus rien à voir avec le secteur minier de son origine.

d'un territoire donné sont, elles, renforcées par la présence ou la création d'institutions régionales qui facilitent la transmission de connaissances techniques et stimulent le partage d'une structure normative qui stabilise la gouvernance régionale.

On retiendra des études sur les systèmes régionaux d'innovation (SRI), mais aussi de celles mettant à profit des notions apparentées (milieu innovateur, cluster, etc.), que les liens intrarégionaux sont importants pour les PME et qu'ils jouent un rôle déterminant dans l'accès de ces dernières aux ressources tangibles et intangibles qu'elles ne possèdent pas à l'interne et qui sont néanmoins essentielles au succès de leurs projets d'innovation. On constate ainsi que plus l'entreprise est petite, plus ses interactions ont pour cadre la région (Arndt et Sternberg, 2000). Les régions dont l'infrastructure de soutien est riche et diversifiée sont, par conséquent, des milieux qui augmentent la capacité d'innovation des PME.

Toutefois, les enquêtes permettent aussi d'observer que les relations qui concernent les dimensions scientifiques et technologiques de l'innovation se déploient plus fréquemment à l'échelle de la région, alors que celles qui relèvent du monde des affaires et qui concernent le marché se développent davantage à l'extérieur de la région. De la même manière, les chercheurs constatent rapidement que l'ancrage territorial des relations varie en fonction du secteur d'activité : les PME de haute technologie sont plus tournées vers l'extérieur de la région que leurs consœurs œuvrant dans des secteurs plus traditionnels et à plus basse technologie.

Par exemple, dans leur étude de 379 PME en haute technologie néerlandaises, De Jong et Freel (2010) observent que la proximité géographique n'est pas une condition nécessaire à la collaboration avec d'autres organisations, qu'il s'agisse de firmes ou d'organisations gouvernementales. Cela dit, même dans certains de ces secteurs, le poids des réseaux territoriaux demeure important dans le processus d'innovation (Asheim et Cooke, 1999 ; Grossetti et Bès, 2003 ; Ferru, 2010). En résumé, les travaux sur l'influence du territoire montrent que lorsqu'il est question de l'ancrage régional des réseaux, il faut se garder de simplifier et plutôt se rappeler

que rapidement, les chercheurs ont attiré l'attention sur la composition à la fois régionale et extrarégionale des relations nouées par les PME dans leurs projets d'innovation. Nous reviendrons sur cet aspect dans l'application au chapitre 11.

Finalement, revenant à la notion de trajectoire, l'émergence des pays du BRIC au début des années 2000 et la vive concurrence mondiale qui s'est intensifiée par la suite ont obligé bon nombre d'entrepreneurs à briser leur trajectoire en modifiant leurs activités passant, pour certaines, du secteur manufacturier à celui des services ou encore en changeant complètement d'activité manufacturière[11]. De telles situations contribuent à accroître l'incertitude distinctive de l'activité productive (Ashill et Jobber, 2013), alors que l'incertitude liée à la tâche entrepreneuriale et à la capacité de découvrir et de saisir des opportunités est plus faible du fait de l'inexpérience de l'entreprise dans ce nouveau secteur (McMullen et Shepherd, 2006).

## 2.3. L'innovation et les PME

On a longtemps pensé que les grandes entreprises étaient à peu près les seules à innover ou, du moins, à le faire d'une façon plus soutenue et régulière que les plus petites entreprises. Cette idée était alimentée par la mesure de l'innovation basée essentiellement sur le formalisme des ressources dédiées à ces activités. Parmi les mesures utilisées, on trouve notamment le budget de R-D consacré au développement de produit, la détention de brevets ou de marques de commerce, l'importance relative

11. Ces restructurations ne touchent pas uniquement les plus petites entreprises. Les géants japonais du monde de l'électronique ont entrepris un virage radical de leurs activités afin de ne pas disparaître avec l'arrivée des tablettes numériques et du nouveau mode de consommation de matériel audiovisuel (*streaming*), sur tablette ou ordinateur qui a réduit la demande pour les téléviseurs et les postes audio. Plusieurs entreprises japonaises dont Toshiba, Fujitsu, Hitachi, Panasonic se tournent vers des secteurs plus prometteurs et plus sûrs, comme la production alimentaire et la conversion de leurs usines en serres industrielles (*La Presse Affaires plus*, 11 août 2014) ou encore dans les médicaments (*Le Devoir*, 28 août 2014).

du personnel technique ou scientifique dans l'entreprise et dédié à la R-D. Ces indicateurs quantitatifs facilement observables sous-évaluent de façon significative la performance en innovation des PME pour plusieurs raisons.

Rappelons encore que l'innovation dans les PME, en particulier dans les très petites et les petites entreprises, est le plus souvent informelle et non comptabilisée, sauf si les entreprises sollicitent des crédits fiscaux. Les PME ne mesurent pas toujours les sommes d'argent qu'elles consacrent à la R-D surtout si les processus sont diffus et non organisés, alors qu'elles peuvent développer de nouveaux produits sans faire appel à des processus structurés. Ajoutons que les activités de R-D ne sont pas toutes destinées à la production d'innovation, mais qu'elles peuvent également être orientées vers l'imitation d'une nouvelle technologie ou son transfert dans l'entreprise (Audretsch, 1995). Finalement, il existe habituellement un écart temporel plus ou moins grand entre les activités de R-D et l'innovation en tant que telle, selon son degré de nouveauté ou de « radicalité ». Il est donc relativement complexe d'associer « correctement » et sans ambiguïté ces deux notions, et ce, sans oublier l'innovation effectuée par les sous-traitants en liaison avec le donneur d'ordre qui n'est pas nécessairement revendiquée par ceux-ci, ou du moins qui pose des problèmes sur son origine.

On reconnaît par ailleurs que la R-D, contrairement à sa résultante, est une activité liée à un processus d'innovation qui ne peut exprimer le succès des entreprises dans leurs efforts d'innover. Certaines PME arrivent à innover de façon appréciable sans activité de R-D, alors que celles qui engagent des ressources en R-D atteignent souvent des taux d'innovation supérieurs grâce notamment à leurs capacités à gérer l'incertitude concernant les résultats du processus (St-Pierre et Mathieu, 2003). On recense d'ailleurs de plus en plus de PME, notamment des moyennes entreprises, qui allouent des ressources à ces activités comme le montrent les statistiques compilées par l'ISQ de 2006 à 2010 à partir des demandes de crédit d'impôt pour la RS-DE (ISQ, 2012). Le peu d'intérêt qu'elles suscitent dans

les milieux financiers[12] oblige toutefois les entreprises à autofinancer ces activités en grande partie, les crédits d'impôt leur étant réservés ne couvrant pas l'ensemble des coûts. Cependant, bien que stimulantes, les activités de R-D ne suffisent pas à elles seules à assurer l'innovation dans les PME (Cobbenhagen, 2000).

Il est certes plus facile d'inférer les efforts d'innovation des entreprises à partir d'indicateurs formels comme les activités de R-D, le nombre de chercheurs dédiés à ces activités ou encore le nombre de brevets issus de ces travaux[13]. De tels indicateurs sont cependant nettement favorables aux grandes entreprises et présentent une image déformée de l'ampleur des actions des PME.

12. L'étude réalisée par Jung (2012) à partir des données d'enquête de Statistique Canada pour les années 2004 et 2007 confirme un accès contraint aux ressources monétaires externes : « les PME intenses en R-D étaient proportionnellement plus nombreuses à se voir refuser un financement que les autres PME » (p. 19). L'augmentation de l'intensité des activités de R-D accroît la probabilité qu'une demande d'emprunt soit refusée. Ces entreprises sont aussi plus engagées dans des activités internationales, ce qui confirme leur dynamisme et l'importance d'améliorer leur accès au financement externe pour ne pas contraindre outre mesure leur développement.

13. Dans une enquête réalisée auprès de PME italiennes pour mesurer leur degré d'engagement dans des activités d'innovation radicales, Massa et Testa (2008) ont été étonnées de constater les différences de résultats entre les statistiques officielles publiées par des organismes publics et celles relevées directement auprès des dirigeants de PME, ces derniers étant plus innovants que ne le laissaient penser les données officielles. Des différences de perspectives sur la représentation de ce qu'est l'innovation pour les autorités publiques, les chercheurs et les entrepreneurs, ont été mises en lumière dans une seconde enquête afin d'expliquer leurs premières observations. Les auteurs concluent leur travail par une mise en garde visant à sensibiliser les chercheurs sur la terminologie utilisée lors de leurs travaux de même que les représentants des pouvoirs publics dans leurs enquêtes, celle-ci dévalorisant l'ampleur de l'engagement réel des PME dans des activités d'innovation, même radicales. Cette mise en garde vaut aussi pour les lecteurs de cet ouvrage, que nous invitons à s'enquérir des aspects méthodologiques des différentes études qu'ils consultent lorsqu'ils veulent se faire une opinion « éclairée » sur un sujet aussi complexe que celui de l'innovation dans les PME.

D'ailleurs, si l'on tient compte de l'innovation informelle, la plus fréquente, la répartition entre les petites et les grandes entreprises change considérablement. Par exemple, se limiter à l'analyse des brevets pour distinguer les entreprises innovatrices des autres est particulièrement réducteur. D'autant qu'un certain nombre de brevets s'expliquent par la désinformation pour tromper la concurrence (Martinet, 2003) ou encore par la prétention d'occuper le terrain avant celle-ci, même si la recherche n'est absolument pas au point[14]. Le recours aux brevets n'est pas toujours la meilleure façon de se protéger, surtout pour les PME[15]. Il ne faut pas oublier que le brevet donne la recette aux concurrents, fournissant souvent des détails qui peuvent être repris, ou, du moins, orienter leurs recherches. Le brevet suppose également la capacité financière de poursuivre les imitateurs, le cas échéant, capacité que les PME ont rarement, et encore moins si le plagiaire est une grande entreprise capable de prolonger indéfiniment les procédures jusqu'à ce que la PME manque de fonds et fasse faillite. Pour le plus grand nombre d'entreprises, la meilleure défense demeure le secret, du moins pour un laps de temps. La complexité de l'innovation et de sa mise en marché ainsi que le renouvellement régulier de différents éléments augmentent la difficulté d'imitation.

L'analyse des brevets permet d'affirmer que certaines entreprises sont particulièrement habiles pour jouer à cache-cache avec des brevets particulièrement complexes[16] ou carrément faux afin de tromper

14. Nous connaissons une petite firme d'informatique montréalaise qui a soudainement vu toutes ses sources de financement se tarir quand Microsoft a annoncé qu'elle travaillait sur le même projet qu'elle, alors que ce projet n'a finalement jamais vu le jour ; les financiers pensaient que la PME n'avait aucune chance de rivaliser avec le géant américain.

15. Ce qui expliquerait pourquoi près de 82 % des brevets d'invention accordés par le United States Patent and Trade Office sont octroyés à des institutions, des centres de recherche publics et des universités ; ce qui témoigne bien d'une autre stratégie des entreprises (Observatoire des sciences et des technologies, 2001).

16. Certains brevets peuvent compter plus de 1 000 pages ou encore se diviser en multiples sections, de façon à ériger des barrières défensives ou à retarder toute imitation, comme l'explique Laperche (2003).

la concurrence. Une autre stratégie consiste à enregistrer les brevets par bribes ou encore à multiplier le nombre de brevets pour la même innovation (Eisenhardt, 1990).

Toujours dans le but d'évaluer les efforts d'innovation des entreprises, il appert que l'analyse du nombre de chercheurs engagés dans ce type de processus n'est guère probante, car elle ne tient pas compte des autres membres du personnel participant aux discussions ou apportant des idées complémentaires, comme dans l'application du concept d'ingénierie simultanée. Et dans les PME, principalement les plus petites, il arrive plus souvent que le chercheur principal soit l'entrepreneur, rarement pris en compte dans ce genre d'analyse (Médus et Pacitto, 1994).

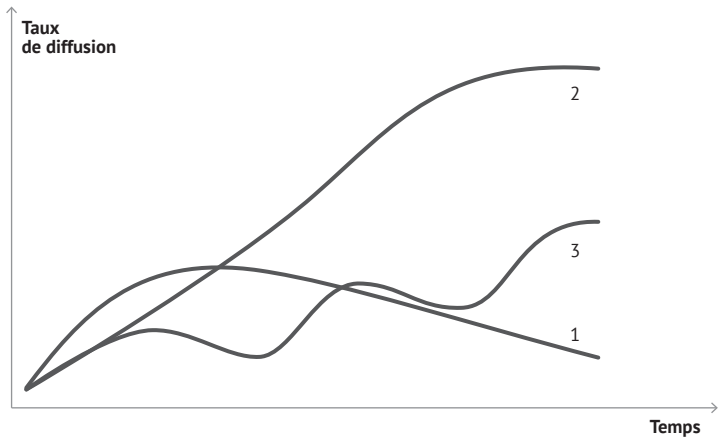
Ajoutons que dans la plupart des PME l'innovation se fait le plus souvent de façon sporadique et réactive, quand ce n'est pas tout simplement par l'adoption de l'innovation d'une autre entreprise ou celle d'un centre de recherche. La plupart des innovateurs sont des imitateurs ou des adaptateurs d'innovations développées ailleurs. Moins de 20 % d'entre eux sont des *initiateurs* ou des *innovateurs précoces*, comme l'explique Rogers (1995), sauf dans des secteurs nouveaux qui exigent presque par définition de l'innovation. Il faut aussi admettre que 20 % des entreprises refusent d'innover ou de changer, préférant concentrer leurs efforts sur la gestion de ce qu'elles ont acquis depuis longtemps ou projetant la vente ou la fermeture de l'entreprise dans un avenir rapproché.

Si on ne peut parler d'entrepreneurs pour ces derniers et si on met de côté les initiateurs, les 60 % d'innovateurs qui restent ne font qu'introduire, sans grandes modifications, ce qui a été plus ou moins longuement expérimenté ailleurs. Aussi appelés entrepreneurs d'*imitation* et de *reproduction*, ils doivent être considérés comme des innovateurs puisque introduire une innovation venant de l'extérieur les oblige à revoir la combinaison des actifs et du fonctionnement de leur production ou des routines de leur entreprise, combinaison relativement nouvelle et qui les distingue des autres, même si elle peut être connue et imitée sans trop d'effort. Tout renouvellement du caractère distinctif, y compris une réinvention ou une

réappropriation de ce qui s'est fait ailleurs, est une innovation qui soutient la compétitivité de l'entreprise et lui permet de survivre jusqu'à ce qu'une autre entreprise plus innovatrice ou plus imitatrice satisfasse mieux le marché, comme le rappelle la définition du *Manuel d'Oslo*.

L'innovation peut donc débuter dans quelques entreprises ou centres de recherche pour se diffuser le plus souvent lentement dans l'économie et le territoire. Puis vient une autre innovation qui pousse à nouveau le changement. Généralement, on en arrive à une évolution selon une courbe dite en S pour le nombre d'innovations adoptées. Dans la figure 2.2, nous présentons trois cas de cette évolution ; mais, il peut en exister plusieurs autres types intermédiaires. Le premier cas illustre une innovation qui ne s'est pas propagée, qui s'est limitée à l'*initiateur* et à quelques *suiveurs*, pour ensuite disparaître parce qu'elle n'a pas été adaptée aux particularités d'un plus grand marché, qu'elle a fait l'objet d'une mauvaise commercialisation ou qu'une autre innovation plus efficace est apparue.

**Figure 2.2**
Évolution de l'innovation sur un territoire



Le deuxième cas montre une diffusion ou une pénétration d'abord lente, qui s'accélère pour ensuite ralentir après avoir couvert tout le potentiel du marché ; c'est le processus le plus connu des innovations gagnantes. Enfin, le troisième cas décrit une innovation lente et irrégulière, dont la diffusion ralentit et accélère suivant les adaptations faites pour répondre aux spécificités des petits marchés. Ces innovations ne permettent pas autant de croissance que celles du deuxième type.

### 2.3.1. L'innovation, les PME et les grandes entreprises

Les recherches antérieures sur l'innovation favorisaient les grandes entreprises en raison de leur plus grande disponibilité en ressources humaines, de leurs connaissances, de leur facilité de financement, de leur capacité à exploiter les économies d'échelle et à mener parallèlement plusieurs recherches misant sur le succès de quelques-unes, contrairement aux PME qui tablent souvent sur une seule innovation non assurée, tout en étant beaucoup plus vulnérables à l'échec. Plusieurs études continuent de démontrer ces avantages (Huergo et Jaumandreu, 2004 ; Cefis et Marsili, 2005), alors que d'autres (Hansen, 1992) indiquent que l'âge des entreprises va à l'encontre de l'innovation ; et comme les grandes entreprises sont généralement âgées, cela semble contradictoire. De plus, ces études s'en sont tenues presque exclusivement à l'innovation formelle basée sur la détention de brevets, l'importance des investissements en R-D ou encore au nombre de spécialistes dédiés à la recherche alors, qu'encore une fois, la plus grande partie de l'innovation est informelle dans les très petites, petites et même, en partie, dans les moyennes entreprises.

Des études plus fines ont donc nuancé ces conclusions, même dans le cas de l'innovation formelle. Par exemple, des études antérieures (Peeks, 1962) qui ont attentivement examiné l'origine des inventions majeures dans l'industrie de l'aluminium entre 1946 et 1957, en ont accordé seulement 17 sur 149 aux centres de recherche des grandes entreprises. De même, Hamberg (1966), en analysant 27 découvertes importantes dans l'industrie manufacturière américaine, n'en a attribué que 7 aux grandes

entreprises, en précisant toutefois que ces dernières étaient intervenues dans la majorité des innovations provenant des plus petites entreprises au moment d'en faire le développement. De leur côté, Jewkes, Sawers et Stillerman (1969), en étudiant 64 inventions majeures, ont montré que 40 d'entre elles relevaient d'inventeurs individuels ou de petites entreprises et 24 des centres de recherche de grandes entreprises.

Pour établir un portrait plus précis, l'équipe de la Science Policy Research Unit (SPRU), de l'Université du Sussex a analysé pas moins de 4378 innovations ayant eu lieu sur une période de 8 ans en Grande-Bretagne et aux États-Unis. Leurs conclusions montrent que le nombre d'innovations était inversement proportionnel à celui des employés (Pavitt, Robson et Townsend, 1987). De même, Acs et Audretsch (1990), après avoir analysé 8000 innovations introduites commercialement aux États-Unis entre 1988 et 1990, ont évalué que les PME (moins de 500 employés) en avaient généré 2,8 fois plus par employé que les plus grandes entreprises. Il est vrai que Cremer et Sirbu (1978) avaient déjà montré que la croissance du nombre des employés diminuait temporairement le nombre d'innovations qui augmentait ensuite à nouveau selon une courbe en U allongée.

La croyance voulant que la grande entreprise ait un avantage certain sur les PME lorsqu'il s'agit d'innovation peut s'expliquer par le secteur analysé. Par exemple, dans les secteurs contrôlés par les grandes entreprises, comme la chimie lourde, la distribution électrique et surtout l'industrie automobile, il est clair que l'innovation ne peut venir que de ces dernières, ou du moins des sous-traitants d'intelligence, contrairement aux secteurs où on trouve surtout des PME comme la biotechnologie (Cohendet, 2003, p. 388). Il faut toutefois être prudent avec cette affirmation puisque l'origine de l'innovation peut très bien venir des sous-traitants au premier ou au second niveau et donc de PME ayant au moins initié l'innovation, même si celle-ci a été demandée par la grande entreprise.

De toute façon, dans les secteurs où l'on trouve beaucoup de PME, l'innovation provient le plus souvent de ces dernières, comme cela a été confirmé, par exemple en Italie (Santarelli et Sterlacchini, 1994 ; Rolfo et Calabrese, 1995 ; Epifanio, 1995), en Hollande (Kleinknecht, 1987) ou au Canada (Baldwin et Gellatly, 2003).

Une des raisons de la multiplication de l'innovation dans les PME, comme l'explique Scherer (1984), est le comportement peu bureaucratique et surtout systémique (interdépartemental) de ces firmes, comparativement à celui des grandes entreprises (Cerisier et Lubot, 1992), comportement qui favorise l'implication des employés de plusieurs services ainsi qu'une analyse plus subtile des effets sur la production, la distribution et les perceptions du marché[17], mais également une meilleure identification de l'étendue des risques à contrôler[18] pour assurer le succès de l'innovation (Bertrand, 2012). La proximité interne et externe de la direction et d'une partie du personnel avec le marché et le milieu ne peut que favoriser la multiplication des idées et leur développement (Rothwell, 1989 ; Avenier, 2000). Comme nous l'avons dit plus haut, l'innovation relève de l'intuition et de l'imagination et aborde l'*incertain* et la *chance*, tant sur le plan des résultats attendus que sur celui du temps à consacrer pour obtenir ce qui plaira au marché. On ne peut donc forcer un dirigeant d'entreprise à être innovateur ni à adopter rapidement une technologie, même en lui fournissant de l'information et des subventions, pas plus qu'on ne peut

17. En d'autres mots, un grand nombre de PME pratiquent depuis très longtemps différentes formes d'*ingénierie simultanée* qu'on préconise dans les grandes entreprises. Dans les plus petites entreprises, ce comportement est presque automatique lorsque les employés sont impliqués, puisqu'il n'y a aucune barrière entre les différentes fonctions.

18. Comme Bertrand l'a démontré, le succès des activités d'innovation est tributaire de la capacité des entreprises à identifier et à gérer les divers risques potentiels. Puisque l'évaluation des risques est un processus faisant appel à la perception des individus, elle est donc subordonnée aux connaissances et à l'expertise de chacun. Dans une situation donnée, l'ingénieur identifiera principalement les risques techniques sans voir les risques managériaux ou économiques, alors que le gestionnaire n'aura pas les compétences ni l'expertise pour anticiper tous les risques technologiques de même que leurs conséquences.

forcer une entreprise à grandir, quelles que soient les opportunités du marché. L'innovation est un acte éminemment entrepreneurial, comme le rappellent Gagnon et Toulouse (1993) ou Hoffman *et al.* (1998). C'est pourquoi elle fonctionne mieux dans des organisations où tous les processus et toutes les actions ne sont pas formalisés.

Il est vrai qu'en contrepartie, certaines PME souffrent d'un manque de ressources de qualité et d'un portefeuille trop pauvre pour leur permettre de diminuer le risque lorsque les dépenses en développement sont importantes dans des secteurs requérant de l'innovation régulière.

Encore une fois, l'innovation vient d'une capacité particulière de l'entrepreneur et de son organisation à demeurer à l'affût pour rechercher, trier, absorber et transformer l'information en connaissance et en innovation (et en opportunité) (Raymond, Julien et Ramangalahy, 2001 ; Julien, 2010). Cette capacité, notamment pour l'innovation technologique, provient du personnel technique à l'esprit ouvert et donc de sa capacité d'absorption (Matusik et Heeley, 2005 ; Schmidt, 2005).

Elle provient aussi d'une sensibilité particulière à l'information tacite pouvant initier de nouvelles idées, des *passerelles informationnelles*, soit celle du personnel en contact constant avec des clients particulièrement critiques ou se tenant au courant des derniers changements dans les produits et la concurrence, et des vendeurs de matières premières et d'équipement qui peuvent partager sur les changements en cours ou à venir. Elle est également favorisée par la présence de *catalyseurs* qui stimulent l'échange d'informations et permettent à la direction de réaliser des synthèses soutenant la stratégie et l'innovation plus systématique et globale et de renforcer des liens avec des réseaux à signaux faibles. Évidemment, toutes les PME ne possèdent pas ces qualités ou ne sont pas de telles organisations apprenantes et innovantes.

Bref, sur cette question concernant les avantages des PME sur les grandes entreprises au sujet de l'innovation, Nooteboom (1994) conclut que si les PME s'engagent évidemment moins dans des activités de recherche

et développement formelles que les grandes entreprises, la recherche et le partage de nouvelles idées conduisant à l'innovation sont plus variés, plus intenses et plus productifs[19], que ces organisations soient formelles ou informelles ; de plus, elles implantent leurs innovations sur le marché plus rapidement et plus facilement que les grandes entreprises. Cela suppose toutefois un environnement ou un milieu territorial favorisant la multiplication d'informations nouvelles tant sur les produits et processus à développer que sur les ressources nécessaires pour les développer et les appliquer.

### 2.3.2. La diffusion de l'innovation : le rôle clé du collectif[20]

Dans les régions, la diffusion de l'innovation peut être rapide ou lente, selon les capacités des entreprises à la développer, à convaincre le marché et à utiliser des techniques efficaces pour ce faire. Les activités commerciales sont déterminantes pour rentabiliser l'innovation, notamment le lancement sur le marché (Akrich, Callon et Latour, 1988). Trop souvent négligées par nombre d'innovateurs, mais constituant aussi l'une des principales lacunes des PME (Trépanier *et al.*, 2013), elles deviennent alors la source de nombreux échecs (Pras et Le Nagard-Assayag, 2003).

L'innovation est le fruit d'une relation privilégiée avec le marché, relation qui permet à l'innovateur de *sentir* ce dernier (Akrich, Callon et Latour, 1988) ou même de percevoir ses besoins avant qu'il ne les exprime. Comme combinaison nouvelle, elle rompt avec les règles pour les réinventer, les reconfigurer à son avantage ou en imposer de nouvelles fondées sur des déterminants internes. Expliquer aux partenaires extérieurs

19. Le *principe de moindre difficulté* (ou le théorème d'Ulam) explique que le bruit informationnel accentuant l'effet de bureaucratie et bloquant l'imagination a tendance à augmenter de plus en plus rapidement avec la croissance du nombre de personnes impliquées au-delà du seuil de quinze personnes (Toulouse et Bok, 1978 ; Voge, 1978 ; Watts, 1999).

20. Les paragraphes suivants sont inspirés de Julien (2005), chapitres 8 et 9.

la logique et les fondements de l'innovation alors que celle-ci se développe *chemin faisant* (Avenier, 1997) est particulièrement difficile pour beaucoup d'entrepreneurs.

Le rôle du collectif est souvent fondamental dans l'initiation et la diffusion de l'innovation. Le milieu entrepreneurial va au-delà de l'aspect technique pour rendre souhaitable l'innovation même quand la concurrence est faible ; le milieu a d'abord pour mission de nourrir la croyance que c'est nécessaire, que c'est possible et qu'on peut réussir. Puisque, comme nous l'avons rappelé, l'innovation est un acte entrepreneurial qui, en tant que tel, dépend du type de culture d'entreprise régnant dans la région, qu'il s'agisse de l'esprit conservateur qui augmente le poids des contraintes quand il ne crée pas de complications en limitant les ressources matérielles nécessaires ou, au contraire, de l'esprit dynamique qui encourage les idées nouvelles et facilite concrètement leur application. Comme le rappelle Dosi (1988), l'innovation est un processus dynamique nécessairement ouvert, et de plus en plus d'ailleurs notamment dans les cas de haute technologie (West *et al.*, 2014), ouverture dans laquelle se trouvent le milieu et les réseaux, et donc les liens de l'entrepreneur avec un environnement local dynamique.

Le réseautage, lorsqu'il est dynamique, stimule en particulier cinq leviers d'apprentissage (Jacob, Julien et Raymond, 1997).

1. Il accélère la circulation de l'information nouvelle entre les membres, d'autant plus que la confiance mutuelle est grande, et leur permet de gagner systématiquement du temps pour l'analyse.

2. Il multiplie les sources complémentaires ou de nouveaux liens informationnels pour compléter l'information connue à mesure que les besoins se développent.

3. Il offre une évaluation critique du projet de l'entreprise en comparant avec ce qui se fait ailleurs. Les dissonances cognitives créées par les perceptions différentes d'une personne à l'autre tendent à stimuler

les firmes et les forcent à démontrer continuellement leur capacité concurrentielle pour accroître leur compétitivité individuelle au sein du groupe. La rétroaction entre les firmes et leur environnement les amène à augmenter leur degré de compétitivité et à soutenir l'apprentissage en continu, pour dépasser sans cesse les limites de leur capacité.

4. Il offre de l'information non routinière et nouvelle, et en facilite la multiplication et l'échange au sein et hors du groupe suivant une structure comportant peu ou pas d'ambiguïté. L'observation des autres, souvent semblables, et le regroupement des informations venant de multiples sources favorisent la quête active de nouvelles informations (notamment des informations tacites, complétées par l'information explicite mise en commun) et multiplient les idées nouvelles propres à l'innovation.

5. Enfin, chaque fois que c'est utile, il transforme les rapports de concurrence entre les firmes membres du réseau en rapport de coopération, sans nier pour autant les pressions des concurrents.

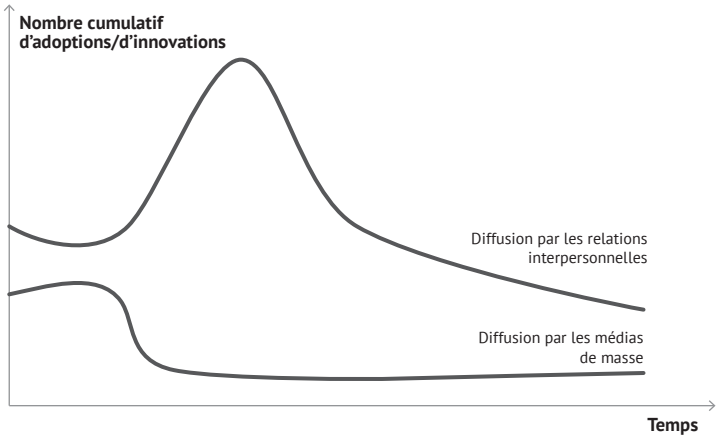
Depuis longtemps, on sait que ce sont les *fidèles* plus que les *prêtres* qui favorisent les *nouvelles conversions* (Katz et Lazarfeld, 1955). Le changement et la diffusion des nouvelles technologies et de l'innovation suivent avant tout l'*exemple des pairs* (par des comportements dits « *homophilis* », par pairage). Pour convaincre un entrepreneur d'innover ou de mieux s'organiser pour innover (en augmentant ses capacités d'absorption de l'information, par exemple), il est toujours plus efficace de passer par d'autres entrepreneurs ou acteurs proches. La communication par les pairs réduit la distance culturelle et augmente grandement les capacités d'absorption ou d'acceptation permettant de dépasser les schémas préalables ou les biais des interlocuteurs pour de nouvelles façons de penser ou la résistance au changement (Nooteboom, 2006a ; Nooteboom et Stam, 2008). L'entrepreneur et son personnel accepteront d'autant plus facilement les changements nécessaires que leurs pairs les mettront en contact

avec différentes ressources par l'intermédiaire des réseaux. En recourant à des personnes qui lui ont été recommandées, l'entrepreneur aura plus facilement accès aux renseignements complémentaires dont il a besoin, notamment à l'information tacite, et pourra mieux les comprendre.

La confiance ne se limite pas aux rapports entre les acteurs économiques, mais s'inscrit dans une dimension sociale territoriale évidente qui imprègne à la fois les comportements des membres et les conventions sur lesquelles ils se sont entendus. Elle vient aussi de ce que les entrepreneurs partagent souvent les mêmes expériences et qu'ils connaissent l'histoire et la réputation des uns et des autres, ce qui n'est pas le cas de l'entrepreneur qui vient d'arriver ou qui refuse de s'intégrer au tissu industriel local.

Rogers (1995) explique que la diffusion par les pairs est particulièrement efficace parce que cela permet à l'information d'emprunter de multiples chemins dans les réseaux de communication, selon le degré d'attention de l'auditeur, passant par des moments d'arrêt, de relance, de répétition, puis d'accélération, pour fournir des exemples d'application ou d'utilisateurs et renvoyer si nécessaire à des sources informationnelles complémentaires, etc. Cela permet aussi des questions et réponses et des retours sur les questions. Ces chemins sont d'autant plus efficaces lorsqu'un ou quelques pairs sont reconnus et acceptés comme chefs de file, et deviennent en quelque sorte des exemples à suivre pour accélérer le changement. C'est ce qu'a observé Bass, dans les années 1930, en étudiant la diffusion du maïs hybride chez les agriculteurs. Son analyse montre que les relations interpersonnelles, en face à face, ont permis une pénétration de cette innovation beaucoup plus rapide et surtout plus généralisée que celle que les médias auraient suscitée. Si l'influence que ces derniers peuvent avoir sur l'adoption d'une innovation est d'abord favorable, elle s'estompe rapidement parce qu'elle est impersonnelle ; alors que celle des pairs est non seulement beaucoup plus forte, mais dure au moins deux fois plus longtemps, comme on peut le voir à la figure 2.3.

**Figure 2.3**
Diffusion de l'innovation par les relations interpersonnelles ou par les médias




Source : Adapté de Rogers (1995, p. 80).

Mais l'efficacité du réseautage relève aussi d'un mécanisme que le philosophe Habermas (1987a et b) a bien décrit, soit l'agir intercommunicationnel, mécanisme par lequel l'information réellement échangée modifie la représentation mentale de celui qui la donne et de celui qui la reçoit et prépare le plus souvent l'action. En d'autres mots, il explique que l'intercommunication ne fait pas que transmettre des données, mais enclenche déjà l'action qu'elle doit provoquer, et cela, tant chez l'informateur que chez l'informé, en les aidant à voir par avance son application possible. Ainsi, l'action est déjà amorcée dans l'idée échangée et se précise dans les explications complémentaires.

La diffusion de l'innovation relève souvent de quelques pionniers (Miles *et al.*, 2000) ou de catalyseurs régionaux[21] (Lawton Smith, *et al.*, 2003) incluant de l'entrepreneuriat social ou communautaire (Johnstone

21. Pour reprendre l'image des catalyseurs informationnels que l'on peut retrouver dans les entreprises.

et Lionais, 2004). Ce sont eux qui créent localement des réseaux riches, d'abord informels, puis de mieux en mieux organisés, et qui invitent d'autres entrepreneurs dynamiques à en faire partie. Ces premiers réseaux peuvent continuer à être limités si ces agents de changement ne sont pas représentatifs ou sont considérés comme des êtres à part qui ne savent pas entraîner les autres.

Rogers (1995) précise quelques caractéristiques de ces pionniers : ils ont de l'empathie (capacité de se mettre dans la peau d'un autre), ils sont peu dogmatiques, ils savent bien jouer avec des abstractions, ils sont curieux des changements que les développements de la science permettent, ils sont peu fatalistes, mais capables de gérer l'incertitude, enfin ils ont de fortes aspirations. Nous pourrions ajouter d'autres qualités : ils sont très sociables, à l'aise dans les communications interpersonnelles, bien branchés sur l'information nouvelle, ils ont une vision cosmopolite, etc. Ces caractéristiques sont toutefois discutables, au même titre que celles définies par l'école des traits ; elles peuvent être plus ou moins importantes ou être compensées par d'autres, et surtout évoluer rapidement selon les circonstances et les besoins.

À ces pionniers, il faut que se joignent des chefs de file capables d'être des *champions* du changement. Ces derniers sont généralement plus instruits et ont un esprit particulièrement ouvert à toutes sortes de questions nouvelles ; ils sont reconnus pour leur expérience, souvent acquise dans des institutions privées ou publiques importantes et reconnues dans la région ; ils ont un statut social plus élevé que la moyenne et une plus grande mobilité d'ascension sociale ; ils sont très altruistes et tiennent à ce que leurs divers messages ne semblent pas intéressés ou du moins fournissent autant d'informations riches qu'ils peuvent eux-mêmes en tirer de leurs relations ; enfin, ils sont capables de mettre les gens en relation avec de nouvelles sources d'informations complémentaires (Sparrowe et Liden, 1997). Ces leaders peuvent être parmi les premiers à adopter les changements pour amorcer leur diffusion dans la région ou du moins à les prôner s'ils ne s'appliquent pas à leur domaine d'action. Plus ils sont membres de réseaux dynamiques et sont acceptés par leurs pairs, plus ils préconisent le changement, plus la région bouge.

Ces relations entre les *champions* innovateurs dans la région, le réseautage, les liens avec des centres de recherche publics et une atmosphère soutenant la concurrence élargie et donc la nécessité d'innover pour se distinguer agissent comme un percolateur à café. C'est ce qu'on appelle le *principe de percolation* dans un milieu territorial, soit un milieu où l'échange d'information nouvelle est stimulé et cette information et triturée et transformée entre les acteurs pour en tirer toute la saveur pour être appliquée dans les entreprises, donnant une région apprenante et innovante (Maillat, Quévit et Senn, 1993). C'est ainsi que Saxenian (1994) a montré que c'est par sa culture plus ouverte, moins conservatrice et surtout beaucoup plus coopérative que la Silicon Valley a su damer le pion aux très nombreuses entreprises de technologie de pointe installées sur la route 128 en Nouvelle-Angleterre.

Ce chapitre portant sur l'innovation constitue donc le complément à la définition de l'entrepreneuriat qui touchait en premier lieu la création ou la reprise d'une entreprise. Il permet de faire le tour de ce concept. Cette première partie sera maintenant suivie d'une analyse de différents modèles ou cadres situant ce concept dans le développement socioéconomique. Cette deuxième partie permettra de faire appel aux analyses théoriques et à quelques applications touchant la capacité des entrepreneurs et l'importance du milieu à mieux susciter l'entrepreneuriat. Ces cadres nous serviront par la suite à opérationnaliser ses divers éléments dans les régions québécoises.

PARTIE **2**

# Quelques analyses conceptuelles et appliquées

*Ceux qui cultivent les sciences chez les peuples démocratiques craignent toujours de se perdre dans les utopies. Ils se défient des systèmes, ils aiment à se tenir très près des faits et à les étudier par eux-mêmes ; comme ils s'en laissent moins imposer facilement par le nom d'aucun de leurs semblables, ils ne sont jamais disposés à jurer sur la parole du maître [...] ils pénètrent, autant qu'ils le peuvent, jusqu'aux parties principales du sujet qui les occupe [...] Les sciences ont alors une allure plus libre et plus sûre, et moins haute.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 2, partie 1, chap. X, p. 66

*Si le concept entrepreneurial commence à être bien connu depuis une trentaine d'années, il pose différentes questions sur sa logique et ses applications, notamment parce que trop de chercheurs s'intéressent quasi uniquement à l'aspect de création et de disparition des entreprises sans discuter de leur développement après leur création.*

*Cette deuxième partie s'arrête à divers modèles ou explications illustrant le mécanisme entrepreneurial touchant, dans certains cas, la création et le développement. Le chapitre 3 traite justement de plusieurs de ces modèles parus dans la dernière décennie, pour en retenir les éléments qui nous guideront pour mieux comprendre son dynamisme tout en tenant compte des limites de ces éléments. Par la suite, nous analysons au chapitre 4 certaines applications de ces modèles dans le même but. Au chapitre 5, nous complexifions cette analyse en revenant sur l'hétérogénéité des PME et donc sur la difficulté de mesurer l'entrepreneuriat en confondant toutes les entreprises, quels que soient leur taille, leur marché ou leur niveau technologique. Puis, au chapitre 6, nous discutons de ces différences sur le plan des déterminants de l'entrepreneuriat.*

*Aux deux chapitres suivants, nous entrons dans le vif du sujet. Au chapitre 7, nous étudions les diverses mesures utilisées concrètement dans la littérature sur la création et l'innovation en nous arrêtant à quelques données préliminaires touchant cette dynamique au Québec et au Canada. Ce qui nous permet au chapitre 8 de revenir sur les difficultés d'obtenir des données comparables tant sur le plan régional que national et de bien estimer les limites de toutes ces mesures afin de relativiser toute la démarche en répétant que, malgré cela, notre analyse représente une des études les plus fouillées sur le sujet.*

*Mais, commençons par un retour sur la théorie et donc sur divers cadres explicatifs ou modèles de l'entrepreneuriat.*

Chapitre 3

# Quelques modèles conceptuels

*En Amérique, on applique avec sagacité les inventions de l'Europe, et après les avoir perfectionnées, on les adapte aux besoins du pays. Les hommes y sont industrieux, mais ils n'y cultivent pas la science de l'industrie.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 2, partie 2, chap. IX, p. 242

La définition portant sur les deux aspects de l'entrepreneuriat que sont la création ou reprise d'une entreprise et l'innovation ou l'identification et le déploiement d'opportunités permet de comprendre déjà pourquoi on doit appréhender ce phénomène comme une réalité multidimensionnelle parfois difficile à cerner ou à préciser. Plusieurs chercheurs ont tenté de développer des cadres conceptuels ou modèles pour mieux comprendre les divers éléments à prendre en compte et les liens qui les unissent, et pour mieux appliquer par la suite la logique qui en découle, sachant très bien que tout modèle est nécessairement réducteur (Johnson-Laird, 1983). Comme le rappelle Davidsson (2005), il semble impossible de trouver et de mesurer le poids des causes ou des déterminants si notre compréhension de ces derniers ne repose pas sur une théorie valable permettant d'en mesurer les parties et d'en délimiter les frontières. Autrement, ce serait

comme aller à la pêche sans savoir quels poissons on veut pêcher et sans connaître leurs caractéristiques afin de choisir non seulement les bons appâts, mais aussi le meilleur lieu et le meilleur temps pour lancer la ligne afin de multiplier les chances de faire de bonnes prises.

Nous avons divisé ce chapitre en deux sections, nous intéressant d'abord aux modèles théoriques qui permettent une meilleure compréhension de l'analyse entrepreneuriale, pour ensuite nous arrêter à des modèles touchant l'innovation. Dans le premier cas, nous examinerons ces divers modèles dans un ordre chronologique. Dans le second, nous nous pencherons sur deux modèles mésoéconomiques[1], trois modèles plus microéconomiques et un modèle holistique intégrant l'entrepreneur, l'entreprise et son environnement. Ces différents modèles ou cadres d'analyse nous permettront d'expliquer tant la création et la reprise d'entreprises que la pénétration de l'innovation ou le développement des opportunités dans les entreprises.

## 3.1. Les modèles entrepreneuriaux

Dans le cas des modèles entrepreneuriaux, nous verrons douze modèles, soit ceux de Morris (1998), de Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002), de Verheul, Wennekers, Audretsch et Thurik (2002), de Gasse (2003), de Carree et Thurik (2005), de Audretsch et Keilbach (2005), de Julien (2005), de Davis (2006a), du Global Entrepreneurship Monitor (2007, 2014), de l'OCDE (Ahmad et Hoffman, 2007), de Larsen (2008) et, finalement de Congregado *et al.* (2008). Dans le cas de la création et de la reprise d'entreprises, commençons par le plus ancien, celui de Morris touchant en particulier ce qu'il appelle l'intensité entrepreneuriale.

1. Rappelons, pour le lecteur non spécialiste d'économie régionale, que le terme *mésoéconomique* situe des analyses entre la microéconomie et la macroéconomie, prenant en compte ainsi les comportements individuels et collectifs.

### 3.1.1. Le modèle de Morris (1998)

Morris (1998), un peu à la manière de François Quesnay (1694-1774) qui voyait la dynamique économique évoluer comme le flux sanguin dans le corps humain, présente l'entrepreneuriat comme un processus de transformation d'intrants en extrants. Pour lui, les intrants comprennent les différentes ressources exploitables, exploitées et transformées de différentes façons, alors que les extrants sont le résultat de l'intensité entrepreneuriale exprimée au cours du processus.

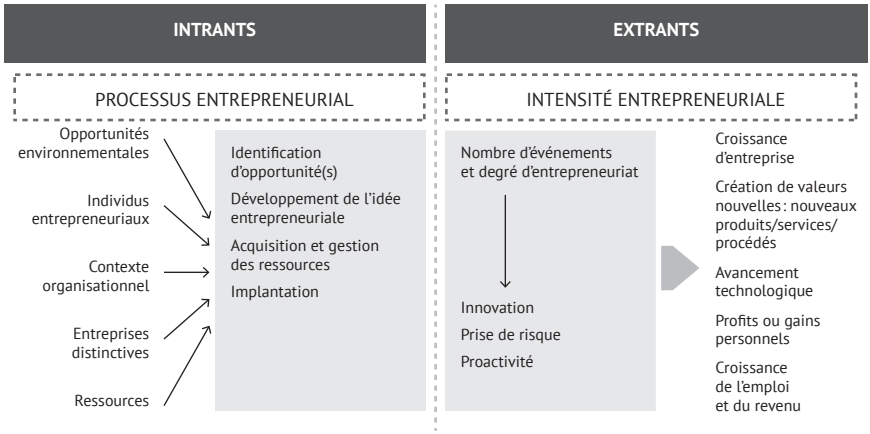
Comme on peut le voir à la figure 3.1, ces intrants se divisent en opportunités disponibles, en nombre d'individus capables de saisir ces dernières pour entreprendre dans un contexte organisationnel plus ou moins favorable, en la capacité des firmes à se distinguer, et en ressources diverses notamment financières et humaines disponibles sur le territoire pour soutenir les initiatives. Ces intrants sont transformés par l'entrée sur le marché des entrepreneurs, capables d'identifier les opportunités et de les développer en acquérant les ressources nécessaires, pour finalement créer des organisations efficaces pour agir.

Les extrants se vérifient, d'abord, par le nombre d'actions entrepreneuriales et leurs effets sur le marché. Ces actions portent en particulier sur la production de biens et services, ou encore, ou plus immédiatement, sur la prise de risque et l'innovation, ce qui explique l'incidence des entreprises sur l'économie. On assiste alors à la création et au développement d'entreprises, à la création de valeurs et à la production de nouveaux biens ou services, aux avancées technologiques et, finalement, à la croissance de l'emploi et des revenus.

Pour ce chercheur, ce qu'il appelle l'*intensité entrepreneuriale* est déterminée par un nombre important de facteurs environnementaux. Ces derniers se regroupent en trois types de variables environnementales, soit 1) les « infrastructures environnementales » qui caractérisent la société (niveau d'éducation, conjoncture économique, capacités financières, environnement juridique et légal, situation politique, infrastructures

matérielles), 2) le degré de turbulence environnementale présente dans la société (dynamique, menaçante ou non et complexe) et finalement 3) l'expérience de vie personnelle des individus qui composent la société (famille, éducation, modèles sociaux et expérience professionnelle). La combinaison et l'interdépendance de ces trois groupes de facteurs environnementaux représentent le degré d'intensité entrepreneuriale dans une société.

**Figure 3.1**
Modèle de Morris (1998)



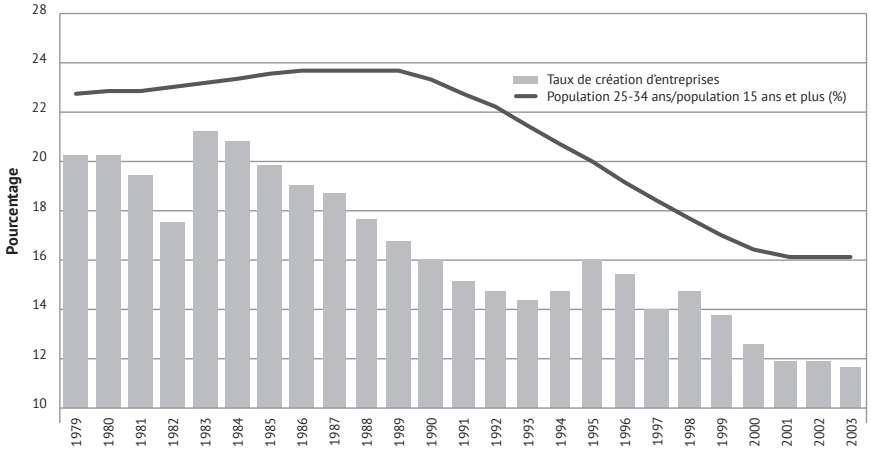

Le processus entrepreneurial peut induire plusieurs événements entrepreneuriaux selon différents degrés d'intensité entrepreneuriale. Plus l'intensité est forte, plus le nombre d'entreprises augmente et plus celles qui existent se transforment. À l'inverse, lorsqu'elle est trop faible, elle peut générer des extrants négatifs menant à la fermeture ou à la faillite de plusieurs entreprises. Cette intensité varie considérablement selon le nombre de personnes en âge d'entreprendre, la qualité des organisations, le type d'industries (secteurs à faible ou fort savoir, ou encore à faible ou fort recours aux nouvelles technologies…), et la dynamique des régions et des nations.

Par exemple, on peut trouver une relation entre la pyramide des âges et la création d'entreprises, comme on peut le voir à la figure 3.2 pour le Québec, puisque ce sont surtout les citoyens de 25 à 34 ans qui démarrent les nouvelles entreprises ; ce qui explique en partie les fortes créations entre 1970 et 1980 avec le boom des naissances de l'après-Seconde Guerre mondiale.

À ce propos, une étude récente du ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations (MEIE) (Cossette et Mélançon, 2010) montre que si les individus se comportent de la même façon que dans les périodes précédentes et en tenant compte de la diminution des jeunes dans la pyramide des âges et du vieillissement de la population entraînant une mise à la retraite plus forte chez les entrepreneurs, le taux de création devrait ralentir dans la prochaine décennie, entraînant la disparition de 5 000 entreprises, soit une diminution de 3 %. Évidemment, cette étude ne tient pas compte du type d'entreprises qui ne seraient pas créées ni d'une possible compensation de ce manque d'entrepreneuriat par une augmentation de la taille des entreprises restantes, ni encore de l'arrivée d'immigrants neutralisant, en partie du moins, l'effet démographique.

Les relations de Morris, malgré la complexité apparente du modèle, demeurent toutefois relativement simples, puisque le dynamisme entrepreneurial relève de plusieurs dizaines de facteurs environnementaux ou de comportements des individus. Dans le cas du vieillissement de la population, on peut ajouter d'autres variables qui en atténuent les effets, comme la persistance des entrepreneurs âgés, une succession assumée par les cadres des entreprises, la création de plus d'une entreprise ou leur rachat par certains entrepreneurs plus aguerris profitant de l'effet de complémentarité (Cadieux et Brouard, 2009), mais aussi la présence de matières premières à bas prix ou d'une main-d'œuvre aux savoirs particuliers attirant des entrepreneurs étrangers, etc. C'est finalement la combinaison de ces facteurs environnementaux qui peut expliquer le degré d'intensité entrepreneuriale sur un territoire et non quelques éléments parmi d'autres, comme ici le vieillissement de la population, éléments importants, mais insuffisants pour prévoir l'avenir.

**Figure 3.2**
Corrélation entre la population des 25-34 ans et la création d'entreprises entre 1979 et 2003 au Québec



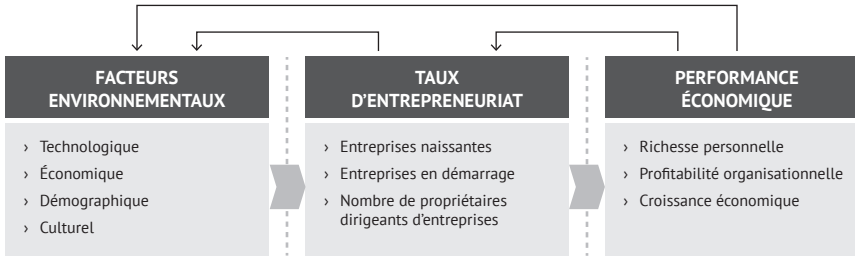

Source : Hébert et Mélançon (2005).

Enfin, cette approche n'explique pas pourquoi certains territoires, avec une même variété de ressources, suscitent plus d'entrepreneuriat que d'autres, ou encore, comment mettre en place une combinaison optimale pour générer l'entrepreneuriat dans différentes régions. De plus, elle ne considère pas le poids de chaque facteur dans un environnement particulier, ou comment l'absence de certains éléments ou déterminants peut être compensée par la présence d'autres avantages. Elle est toutefois compatible avec le désir des gouvernements de mieux comprendre les liens non seulement entre le nombre d'intrants existant sur un territoire et la dynamique entrepreneuriale, mais aussi le type de combinaison de ces intrants accélérant ou non ce dynamisme.

### 3.1.2. Le modèle de Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002)

Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002) considèrent que certains facteurs économiques et sociaux jouent un rôle plus significatif que d'autres dans l'émergence ou le ralentissement de l'entrepreneuriat vu toutefois, pour ces chercheurs, comme la seule multiplication des nouvelles entreprises. Ces variables, comme on peut le voir à la figure 3.3 relèvent, par exemple, du niveau technologique de l'économie, d'une conjoncture économique plus ou moins favorable, de la structure et de l'évolution démographique, de la présence d'une culture favorisant les initiatives individuelles et du soutien institutionnel. Elles s'expliquent aussi par le niveau de richesse personnelle pouvant être investi, par la profitabilité des firmes en général et, finalement, par la croissance économique (cause et effet). Le résultat se mesure, comme on vient de le dire, par le nombre d'entrepreneurs *naissants* (ou ayant l'intention de participer à la création d'une entreprise, que cette création se réalise ou non) ou en démarrage, et par le nombre de propriétaires dirigeants ou le taux entrepreneurial.

**Figure 3.3**
Modèle de Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002)




Évidemment, la performance économique qui s'ensuit aura en retour des répercussions sur les facteurs environnementaux et sur la dynamique entrepreneuriale, comme le montrent les flèches de rétroaction. En somme, ce cadre conceptuel montre une séquence causale et circulaire

qui débute par les variables représentant les conditions environnementales influençant le taux d'entrepreneuriat, pour en retour expliquer ce même taux.

Mais, ici encore, on n'explique pas le mécanisme permettant de générer le processus. Tout au plus, on suppose que si les conditions technologiques, économiques, démographiques, culturelles et institutionnelles sont réunies, l'entrepreneuriat émergera presque automatiquement, comme la théorie économique néoclassique l'explique. Même si, pourtant, la dynamique de ce processus varie dans le temps, avec des hauts et des bas (Gartner et Shane, 1995), ou encore varie selon les territoires à l'intérieur des économies. Sans compter qu'on ne considère ici qu'une seule forme d'entrepreneuriat, la création de nouvelles entreprises.

### 3.1.3. Le modèle de Verheul, Wennekers, Audretsch et Thurik (2002)

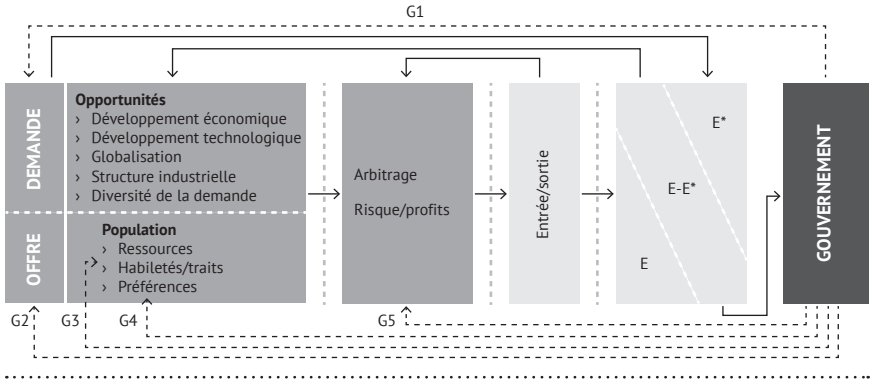
Le modèle de Verheul *et al.* (2002) intègre d'autres éléments plus généraux expliquant le degré d'activité entrepreneuriale d'un territoire, tels 1) la demande, 2) l'offre, 3) le processus de décision entrepreneurial (comprenant l'arbitrage entre le risque et les profits attendus, et donc la décision d'entrer sur le marché ou de créer une entreprise, ou de sortir du marché en fermant ou en vendant l'entreprise), 4) le taux actuel et d'équilibre d'entrepreneuriat et 5) l'intervention du gouvernement. On peut voir ces éléments à la figure 3.4.

Pour bâtir leur modèle, ces chercheurs partent de l'hypothèse que le niveau entrepreneurial dans un pays donné peut être expliqué en faisant une distinction entre l'offre (perspective du marché du travail conduisant à entreprendre ou à plutôt rechercher un emploi dans une entreprise déjà créée) et la demande (perspective du marché d'accepter une nouvelle production, soit la capacité de marché) d'entrepreneuriat.

La demande entrepreneuriale repose sur la présence d'opportunités entrepreneuriales induites par les besoins du marché pour les biens et services. Elle peut être analysée du point de vue d'un client ou de celui

d'une entreprise. En effet, la diversité de la demande du client est importante, car plus elle est grande, plus le créneau des opportunités créées pour les entrepreneurs potentiels est large. De plus, la position des entreprises dans la structure de l'industrie (secteur, externalisation, réseautage) joue un rôle majeur et fait que l'on achète des produits provenant de firmes nationales ou importés. La demande entrepreneuriale au niveau d'un pays est déterminée par une combinaison de facteurs, incluant le niveau de développement économique, la mondialisation des marchés et le niveau de développement technologique. L'interaction de ces facteurs influence la structure de l'industrie et la diversité de la demande conduisant à l'exploitation des opportunités entrepreneuriales.

**Figure 3.4**
Modèle de Verheul, Wennekers, Audretsch et Thurik (2002)




Légende : E = taux actuel d'entrepreneuriat ; E* = taux d'équilibre d'entrepreneuriat ; G = action gouvernementale ; G1 = action sur la création d'entreprises ; G2 = entrepreneuriat spécifique comme l'entrepreneuriat féminin ; G3 = conseil ; G4 = promotion de la culture entrepreneuriale ; G5 = incitation et législation favorable.

Un autre élément clé du cadre d'analyse de Verheul *et al.* (2002) est le processus de décision individuelle. Ce processus définit le profil de chaque individu par rapport à l'arbitrage « risque/profits » (ou l'incertitude) en tenant compte de la jonction entre l'offre et la demande entrepreneuriale. Cet arbitrage détermine la décision de l'individu (de l'entrepreneur

potentiel) d'entrer ou non en affaires en devenant entrepreneur ou de sortir de cette position en abandonnant ou en vendant son entreprise. L'influence de ces différents facteurs explique le niveau ou le taux d'entrepreneuriat d'un territoire donné.

Le premier avantage de ce modèle est de multiplier les variables selon une vision relativement dynamique. Le deuxième est lié au fait qu'il tient compte de la notion de temps en établissant une distinction entre le taux actuel d'entrepreneuriat (E), résultant de l'équilibre à court terme de l'offre et de la demande, et le taux d'équilibre à long terme (E*), déterminé par l'état de développement économique (c'est-à-dire la technologie et la structure du marché). Le processus par lequel le taux actuel d'entrepreneuriat est établi repose sur les caractéristiques environnementales et individuelles. Les opportunités sont créées par la demande du marché pour les biens et services et par l'offre générant des entrepreneurs potentiels capables de les saisir, pourvu qu'ils réussissent à obtenir les ressources nécessaires et qu'ils aient les capacités et les dispositions pour ce faire. La décision d'entreprendre se prend donc individuellement (selon l'approche traditionnelle positiviste économique[2]) en évaluant la relation « risque/profits » à travers un arbitrage des opportunités par rapport aux ressources, aux capacités et aux préférences des individus. Sur le plan global, ces décisions déterminent les taux d'entrées et de sorties entrepreneuriales, c'est-à-dire le taux actuel d'entrepreneuriat (E). Sur un horizon à plus long terme, le taux d'équilibre d'entrepreneuriat (E*) peut résulter des forces de la demande, par exemple du développement technologique ou du changement dans la structure de marché (Carree *et al.*, 2002). La différence entre le taux actuel et le taux optimal d'entrepreneuriat est exprimée à travers un surplus ou une insuffisance d'opportunités,

2. C'est-à-dire que le futur entrepreneur est finalement seul devant les choix à faire, comme l'explique Casson, à l'encontre de toutes les théories sociales actuelles, même si l'intervention de l'État et les ressources régionales peuvent influencer ou faciliter l'entrepreneuriat. C'est comme si les auteurs hésitaient entre une position traditionnelle néoclassique et les nouvelles analyses socioéconomiques.

conduisant à l'entrée et à la sortie des entrepreneurs. Ce déséquilibre (E – E*) peut être restauré à travers les forces du marché ou l'intervention du gouvernement (G).

Le modèle prend en compte aussi l'apport du gouvernement (G). L'intervention de l'État peut influencer les déterminants clés du processus de décision individuelle. La mise en place, par exemple, d'une réglementation (ou déréglementation) pour l'entrée sur le marché ou d'une politique de privatisation de services, peut influencer les opportunités de créer une entreprise (G1). Ensuite, l'offre du futur entrepreneur et ses caractéristiques peuvent être influencées, par exemple, par une politique d'immigration incitative à l'autoemploi[3] ou par une politique favorisant, par exemple, un plus fort entrepreneuriat féminin (G2). Les ressources et les capacités (compétences, connaissances) de l'individu peuvent être influencées par l'éducation, le développement de marché du capital de risque ou d'appui financier et le développement de l'information économique par la consultation ou le conseil (G3).

Il est vrai que les préférences des individus ne sont pas faciles à influencer, puisqu'elles relèvent de la culture qui demande du temps pour que les individus passent du comportement de salariés à celui orienté vers l'entrepreneuriat (OCDE, 2000). Le gouvernement peut essayer d'influencer les préférences individuelles par la promotion de la culture entrepreneuriale dans les écoles ou par les médias (G4). En outre, les incitations fiscales, les subventions, la régulation du marché du travail et la législation concernant les faillites peuvent aider à compenser les risques liés à l'exploitation des opportunités (G5).

3. Comme fait le gouvernement du Québec pour encourager la venue d'immigrants entrepreneurs ou le gouvernement français en encourageant chaque citoyen à créer son propre emploi.

### 3.1.4. Le modèle de Gasse (2003)

Le modèle de Gasse (2003) essaie de résumer les différentes influences qui affectent l'entrepreneuriat, influences tant collectives qu'individuelles. Ces influences sont familiales, éducationnelles et d'affaires ; elles sont facilitées par les réseaux sociaux, les réseaux proprement d'affaires et le soutien institutionnel.

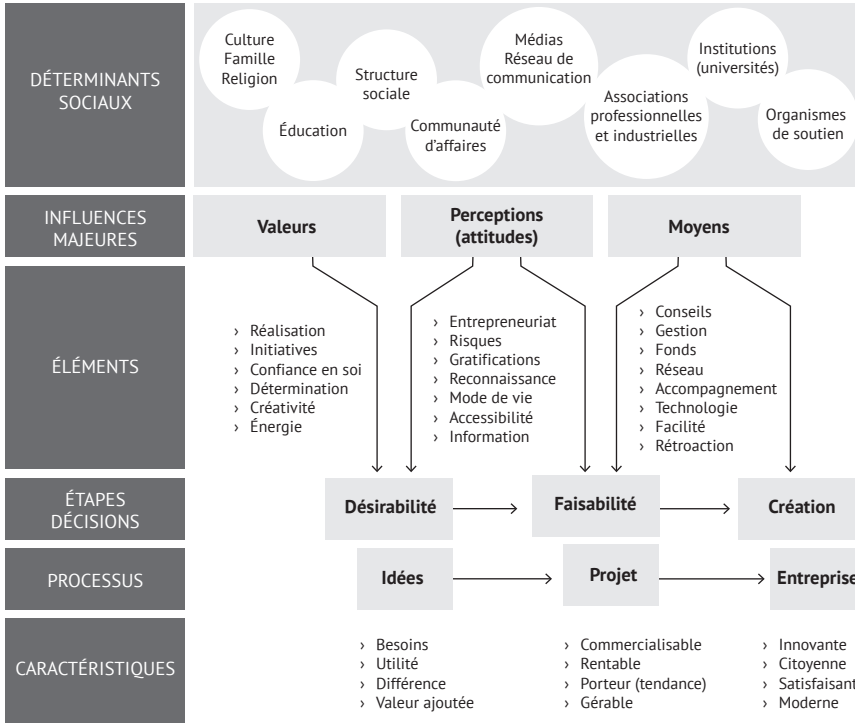
Dans son modèle (figure 3.5), Gasse explique aussi que la création d'une entreprise passe par trois étapes, soit le développement d'une idée associé à la désirabilité de l'appliquer sur un marché, l'analyse de cette idée pour voir si elle est commercialisable, ce qui s'exprime par sa faisabilité, et enfin sa mise en pratique avec la création de l'entreprise proprement dite. Cette approche est tant psychologique qu'économique et sociologique et s'inscrit très bien dans notre ouvrage qui veut justement dépasser les seuls déterminants économiques et quantitatifs. Elle relève d'une tendance encore trop peu développée il y a plus de dix ans, mais dont les analyses se sont multipliées depuis lors.

### 3.1.5. Le modèle de Carree et Thurik (2005)

Thurik a repris l'analyse de Verheul *et al.* (2002) avec un nouveau collègue (Carree et Thurik, 2005) dans le but d'approfondir certaines des relations discutées ci-dessus en ajoutant l'aspect environnemental et donc quelques déterminants favorisant ou non l'entrepreneuriat. Pour ces chercheurs, l'activité entrepreneuriale démarre au plan individuel, mais prend forme au plan organisationnel, aidé par un environnement favorable. C'est-à-dire que l'entrepreneur (en tant que moteur de l'entrepreneuriat) a besoin d'un environnement de travail stimulant pour lui permettre de transformer ses qualités personnelles et ses ambitions en actions (ses caractéristiques psychologiques, notamment ses attitudes et ses habiletés) entrepreneuriales, comme le fait de découvrir et de saisir ou de créer les opportunités. Les très petites, les petites ou les moyennes organisations, dans lesquelles l'entrepreneur contrôle la gestion stratégique et applique sa vision, sont

justement des lieux idéaux pour réaliser ses ambitions. D'ailleurs, certaines grandes entreprises imitent les petites en introduisant l'entrepreneuriat corporatif ou intrapreneuriat (Carrier, 2000), ou encore en favorisant l'essaimage (Filion, Luc et Fortin, 2003).

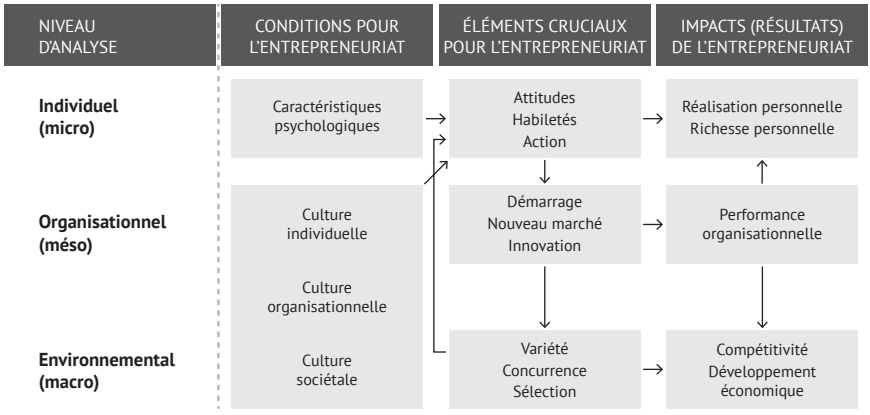
**Figure 3.5**
Modèle systémique de Gasse (2003)




Les résultats de ces manifestations entrepreneuriales sur le plan de l'organisation sont généralement liés à la nouveauté ou à l'innovation. Cette innovation a, en retour, une incidence sur le niveau de réalisation personnelle et sur la performance organisationnelle (Bruyat et Julien, 2001) et, finalement, sur le développement économique.

L'innovation peut s'exprimer sous la forme d'un bien ou d'un service, d'un processus organisationnel matériel (nouveaux équipements ou nouveau système de production) ou immatériel (nouvelle organisation du travail, nouveau système de distribution), de l'entrée dans un nouveau marché ou, dans plusieurs cas, de la création d'une nouvelle entreprise. Sur les plans du secteur, de la région et de l'économie nationale, les nombreuses activités entrepreneuriales individuelles composent une mosaïque de nouvelles expériences. Ces dernières apportent de la variété et de la concurrence entre les idées nouvelles et les initiatives qui font progresser les organisations et le secteur industriel. Variété, compétition, sélection et imitation transforment le potentiel d'une région et d'une économie en remplaçant ou en déplaçant les idées désuètes, en augmentant la productivité et en créant de nouveaux créneaux et secteurs industriels. Dans cette optique, l'entrepreneur schumpétérien, l'intrapreneur et le propriétaire dirigeant jouent un rôle important dans le maintien de la vitalité du tissu économique des régions. La figure 3.6 résume leur analyse.

**Figure 3.6**
Modèle de Carree et Thurik (2005)



Mais encore ici, la dynamique entre les différentes variables exposées dans le modèle n'est pas expliquée. Comme dans les modèles précédents, sauf celui de Gasse, le modèle est descriptif, non explicatif. Entre autres, on décrit des facteurs sans dire comment ils interagissent, ce qui permettrait de comprendre pourquoi des régions ou certaines économies sont plus entrepreneuriales que d'autres, et cela, même si elles affichent à peu près les mêmes caractéristiques culturelles et les mêmes habiletés ou attitudes chez un bon nombre d'entrepreneurs. C'est ce que l'on peut constater un peu partout, notamment dans une économie capitaliste comme celle des États-Unis avec à peu près le même type de population quels que soient les États, qui pourtant ont des résultats entrepreneuriaux fort différents.

C'est ce que montre le tableau 3.1 avec les différences entrepreneuriales calculées en nombre d'entreprises par 10 000 habitants, si on compare les États les plus et les moins dynamiques. Dans ce tableau, on remarque deux fois plus d'entreprises dans des États comme le District de Columbia[4] ou le Wyoming contrairement au Tennessee ou au Texas. On voit aussi que la croissance des entreprises varie aussi selon les États. Par exemple, l'Arizona, qui a pourtant 40 % moins d'entreprises par 10 000 habitants que le Colorado en a créé autant que ce dernier État entre 2000 et 2005.

### 3.1.6. Le modèle très simplifié de Audretsch et Keilbach (2005)

Le modèle simplifié de Audretsch et Keilbach (2005) est un peu dans la même veine que les précédents, mais reprend l'équation traditionnelle ou orthodoxe de la croissance endogène développée par Harold et Domar aidé de Solow et complétée par Romer (1990). Toutefois, ces chercheurs font entrer l'entrepreneur dans l'équation en tant que variable clé ou représentant le mieux l'organisation du capital humain. On sait que

4. Il est vrai que dans ce cas, probablement qu'un bon nombre d'entreprises proviennent des besoins liés plus ou moins à la capitale fédérale.

**Tableau 3.1**
Nombre d'entreprises dans les États américains en 2000 et en 2005. Pourcentage par 10 000 habitants et évolution entre ces deux périodes

| | 2000 | 2005 | 2005/2000 en % | Taux/10 000 habitants en 2005 |
|---|---|---|---|---|
| **États plus entrepreneuriaux** | | | | |
| District de Columbia | 25 157 | 27 656 | 9,9 | 475 |
| Wyoming | 18 566 | 20 721 | 11,6 | 409 |
| Montana | 32 593 | 35 597 | 9,2 | 380 |
| Vermont | 20 976 | 21 421 | 2,3 | 346 |
| Colorado | 134 085 | 152 434 | 13,7 | 326 |
| Idaho | 39 089 | 46 349 | 18,6 | 325 |
| Rhode Island | 32 666 | 33 679 | 3,1 | 316 |
| Maine | 38 711 | 41 026 | 6,0 | 313 |
| Dakota du Sud | 22 556 | 24 349 | 7,9 | 312 |
| New Hampshire | 36 643 | 40 619 | 10,9 | 312 |
| **États moins entrepreneuriaux** | | | | |
| Michigan | 213 865 | 214 316 | 0,2 | 212 |
| Kentucky | 88 460 | 84 988 | −3,9 | 204 |
| Virginie-Occidentale | 38 665 | 36 684 | −5,1 | 203 |
| Ohio | 232 775 | 230 799 | −0,8 | 201 |
| Indiana | 124 654 | 125 532 | 0,7 | 201 |
| Arizona | 103 893 | 119 193 | 13,8 | 199 |
| Alabama | 88 222 | 88 274 | 0,1 | 194 |
| Mississippi | 53 509 | 54 666 | 2,2 | 188 |
| Tennessee | 110 510 | 111 607 | 1,0 | 186 |
| Texas | 388 439 | 412 520 | 6,2 | 181 |

Source : Calculs réalisés à partir des données des rapports factuels 2002 et 2007 du Small Business Administration.

la science économique orthodoxe (néoclassique) avait à peu près toujours nié l'importance de l'entrepreneur sous prétexte que ce dernier surgissait automatiquement lorsque le besoin se faisait sentir, ou encore parce qu'il relevait d'autres sciences comme la psychologie ou la sociologie. Ce qui faisait dire à Baumol (1968) que c'est comme essayer d'expliquer le drame shakespearien en faisant fi du personnage clé de Macbeth.

Ces auteurs ont cherché à évaluer l'équation suivante :

$$Y = f(K, L, A, E)$$

dans laquelle Y représente les revenus nationaux (ou régionaux), K, le capital investi, L, le travail, A, le cumul de connaissances ou la technologie et, finalement, E, les entrepreneurs, notamment dans leur rôle clé d'utilisation productive du capital humain pour soutenir la croissance. Ce modèle inclut indirectement les effets cumulatifs des influences des firmes, d'abord les unes sur les autres, notamment en ce qui concerne la production, la diffusion technologique et la productivité, puis dans leur rapport avec l'extérieur pour soutenir la croissance régionale, soit par effet de concurrence, de mimétisme ou de débordement d'innovation (*spillover*).

Une région sera d'autant plus dynamique que l'activité des entrepreneurs, notamment sur le plan de l'innovation et de la recherche d'opportunités, sera forte et s'appliquera à des investissements productifs. Ces investissements recourent de façon efficace aux connaissances développées par eux ou provenant des universités et des centres de recherche publics et privés (le A dans l'équation), que ces entrepreneurs soient nés ou non sur le territoire ou proviennent de l'extérieur, ayant, par exemple, été attirés par le dynamisme régional pour en profiter et ainsi accélérer ce dernier.

Mais, comme on le verra au chapitre 5, cette trop simple équation ne distingue pas plus le type d'entrepreneurs que les conditions pour expliquer leur dynamisme. Par exemple, elle ne peut prendre en compte le rôle des *précurseurs* et des *champions*, bien mis en évidence par Rogers (1995) et Cooper (1964), comme dans le cas des parcs technologiques, comme ceux de Sofia Antipolis en France ou d'Oxford en Angleterre (Lawton Smith *et al.*, 2003), ou de certaines régions comme la Beauce avec le rôle des Lacroix, Dionne, Vachon ou Dutil, comme l'explique Palard (2009).

De plus, on ne tient évidemment pas compte des conditions structurelles et conjoncturelles pour que le E fonctionne efficacement, puisque les entrepreneurs n'agissent pas tous de la même façon. De même, les facilités ou les barrières territoriales ne sont pas partout les mêmes. Comme on peut le voir dans les pays en développement qui, on peut facilement le supposer, sont capables de générer des entrepreneurs d'aussi bonne qualité qu'ailleurs[5], mais qui sont contrés par divers obstacles comme la faiblesse du système financier ou encore par les problèmes de transport et de distribution, sinon par la corruption endémique. Sans ces distinctions du type d'entrepreneurs et du soutien fort différent du milieu, on ne peut comprendre les différences régionales.

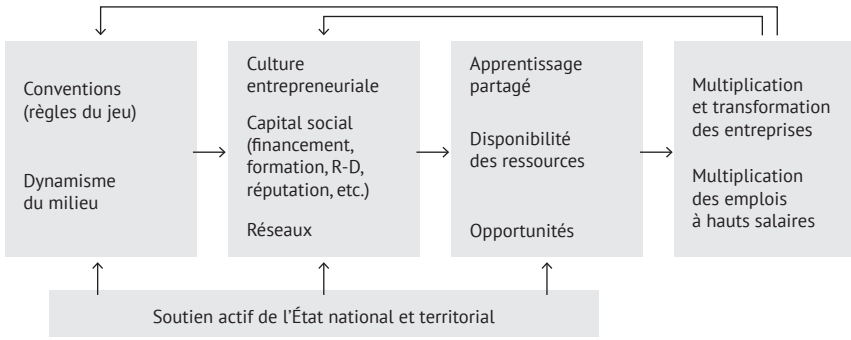
### 3.1.7. Le modèle de Julien (2005)

Le modèle de Julien (2005) se veut plus explicatif à la manière du modèle de Gasse en montrant, d'une part, la relation entre la culture entrepreneuriale ambiante – dont parle en particulier le modèle de Verheul *et al.* (2002) ou encore le modèle GEM – et les conventions ou règles du jeu, les réseaux ou le capital social incluant le dynamisme du milieu ainsi que la création ou le développement des entreprises. D'autre part, il explique que le dynamisme est circulaire, comme le rappelaient Thurik, Wennekers et Uhlaner (2002) : la culture et les ressources facilitant l'entrepreneuriat, et ce dernier stimulant le développement de la culture et des ressources. Lorsque cette culture entrepreneuriale (Giannetti et Simonov, 2004) ou les conventions (Orléans, 1994) sont favorables à cette création et à ce développement, lorsque les réseaux multiplient l'échange d'informations riches (Daft et Lengel, 1984) conduisant aux opportunités et à l'innovation saisies par les entrepreneurs actuels ou nouveaux, lorsque le milieu développe du capital social pour soutenir la mise en application des opportunités et de l'innovation, et enfin, lorsque l'État facilite le tout, non seulement les entreprises se multiplient-elles, mais une partie d'entre elles croissent rapidement,

5. Ce que nous avons pu constater à plusieurs reprises en faisant de la formation en entrepreneuriat dans quelques-uns de ces pays et en ayant des étudiants d'une qualité comparable à celle des étudiants du Québec.

devenant des gazelles[6] multipliant les emplois et stimulant en retour le capital social et les réseaux à signaux faibles favorables à l'innovation (Julien et Ramangalahy, 2003), comme on peut le voir à la figure 3.7.

**Figure 3.7**
Modèle de Julien (2005)



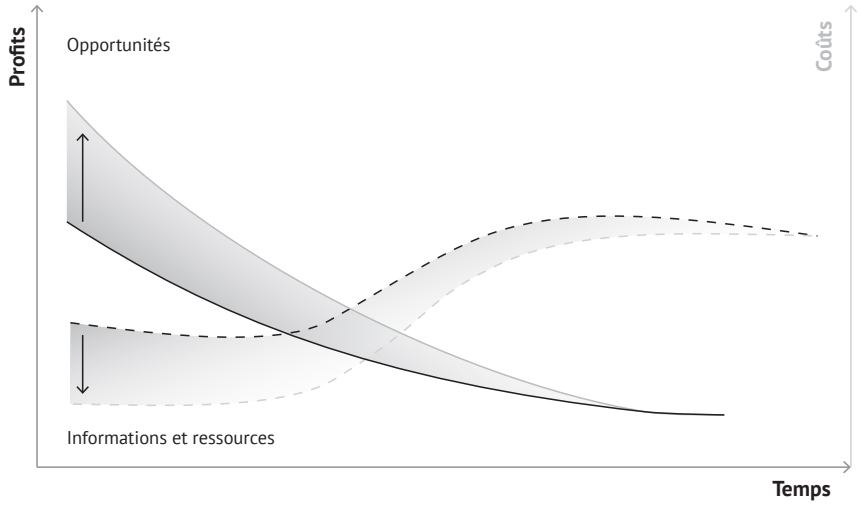

Pour expliquer comment fonctionnent ces relations ou comment se développe le dynamisme entrepreneurial sur un territoire, Julien (2005) recourt à une figure en deux dimensions (par conséquent, limitée) du comportement des entreprises à partir de l'idée du comportement d'un entrepreneur cherchant à maximiser ses investissements entrepreneuriaux en profitant d'opportunités tout en prenant plus ou moins de risques. Dans cette figure 3.8, on retrouve, en ordonnée, d'un côté, les profits et de l'autre, les coûts, soit les deux façons de comprendre les objectifs[7]

6. Toute entreprise âgée de moins de 5 ans ayant un taux moyen de croissance de l'emploi de 20 % ou plus, sur une période de 3 à 5 ans, et plus de 10 employés au début de la période d'observation, peut être considérée comme une gazelle (Ahmad, 2008).

7. Évidemment, l'objectif retenu dans la figure simplifie fortement la réalité, puisque le profit est rarement l'objectif prioritaire des entrepreneurs, comme nous l'avons spécifié préalablement. Mais, pour survivre, toute entreprise doit faire des profits, ce que nous considérons dans la figure sachant que cela met de côté d'autres objectifs qui pourraient être plus importants (St-Pierre et Cadieux, 2011).

et les contraintes économiques des firmes ou, pour simplifier, la maximisation des premiers et la minimisation des seconds. En abscisse, on trouve le temps, puisque profits et coûts ne se réalisent qu'avec le temps. L'objectif de cette figure, à première vue microéconomique, est de montrer le rôle des réseaux informationnels riches stimulés par des conventions de partage d'informations et de ressources (ou de capital social disponible) pour soutenir le dynamisme d'un grand nombre d'entreprises anciennes ou nouvelles sur un territoire et finalement le développement territorial. Elle est donc finalement mésoéconomique.

**Figure 3.8**
Effet du réseautage sur les bénéfices et les coûts d'une opportunité ou d'une innovation




La première courbe de cette figure (opportunités) indique qu'il est généralement payant (générant un bon bénéfice) pour tout entrepreneur d'être le premier à créer une nouvelle entreprise sur un créneau à fort potentiel de marché ou à saisir et à appliquer les nouvelles opportunités de marché ou celles qui découlent d'innovations de processus pour

une entreprise existante. Mais ce profit tend à diminuer à mesure que d'autres entrepreneurs s'en saisissent en entrant sur le marché à leur tour ou en les reproduisant, puisque la concurrence exerce une pression à la baisse sur les prix. Cette courbe descend donc de gauche à droite. Par contre, ces nouvelles opportunités sont incertaines, car rien n'assure qu'elles répondent bien au marché ni qu'on puisse rapidement leur ajouter les éléments complémentaires qui satisferaient ce dernier. Pour diminuer cette incertitude, l'entrepreneur doit donc obtenir de l'information pour évaluer les avantages et les coûts de chacune de ces opportunités et pour connaître les ressources complémentaires qui feront en sorte que l'opportunité ou l'innovation atteindra le marché. Par conséquent, si être le premier à vendre tel bien ou tel service peut rapporter beaucoup, en contrepartie les risques de se tromper sont élevés.

Pour minimiser ce risque, il faut obtenir les bonnes informations sur le potentiel du marché, l'état de la concurrence et la disponibilité des meilleures ressources, et ce, à moindre coût pour appliquer l'opportunité. Or cette recherche d'informations et l'obtention de ressources sont coûteuses. La seconde courbe (informations et ressources) commence donc par monter de gauche à droite, puis fléchit après un certain temps, quand les essais et erreurs d'un bon nombre d'entreprises imitatrices (celles de la majorité précoce, selon Rogers, 1995) rendent l'information disponible pour tous. Toutefois, le fait que plus d'entrepreneurs imitent cette majorité précoce à la recherche de profits crée une concurrence qui exerce une pression sur les ressources et augmente leur coût, ce qui empêche la courbe de redescendre complètement[8].

Ces deux courbes permettent de distinguer trois grands types d'entreprises ou d'entrepreneurs. Les premières, les plus nombreuses (près de 70 %), situées à la droite de la figure, sont les entreprises à stratégie réactive ou conservatrice, privilégiant la pérennité (P) et l'indépendance (I)

8. D'ailleurs, l'information continue à coûter quelque chose, ne serait-ce que pour effectuer les analyses permettant de mieux adapter les changements suggérés à son propre marché et à ses propres ressources pour cette nouvelle production.

plutôt que la croissance (C) (les PIC, selon Marchesnay, 1993). Ces entreprises préfèrent laisser d'autres entreprises être les premières à innover ou à saisir les nouvelles occasions d'affaires, mais aussi les premières à se tromper ou à faire plusieurs tentatives avant de réussir. Les entreprises réactives ont peu d'influence sur la dynamique économique d'un territoire. Le deuxième type, touchant environ 20 % des entreprises, représente celles dont la stratégie est plus active et qui sont prêtes à suivre plus ou moins rapidement les innovateurs précoces ou aventuriers après leurs premiers succès. Ce sont les PME au centre qui saisissent les opportunités avec un certain retard, mais en obtenant assez d'information pour réagir et en tirer parti par rapport à la concurrence, soit une situation optimale à la rencontre entre les deux courbes. Enfin, les troisièmes, que l'on peut qualifier d'aventurières et qui sont situées à gauche, sont des entreprises ayant une stratégie proactive ; elles sont les plus susceptibles de croître rapidement en saisissant les opportunités avant les autres et en innovant systématiquement, transformant l'économie territoriale lorsqu'elles sont suffisamment nombreuses. Ce dernier type comprend les gazelles ou les PME à forte croissance qui se développent en relevant rapidement les défis. Par contre, l'incertitude et le risque demeurent plus élevés.

Mais, comment les conventions, le capital social, l'appui du milieu et le réseautage sur un territoire peuvent-ils faciliter la multiplication de ces dernières entreprises sans décupler les risques pouvant mettre en péril plusieurs de ces firmes ? La réponse se trouve dans l'élargissement des deux courbes à leur origine (représenté par les flèches verticales), espace qui diminue graduellement vers la droite à mesure que les nouvelles opportunités sont saisies, que l'information se répand et que les meilleures ressources sont réquisitionnées. Cet élargissement s'explique par l'idée que, dans un territoire, c'est en échangeant systématiquement de l'information riche, et donc des idées et des ressources, que chacun y gagne, plutôt qu'en jouant continuellement la concurrence. Dans la courbe des opportunités, c'est le réseautage, notamment celui de réseaux à signaux faibles qui fait que la courbe est plus haute, parce qu'il multiplie l'information sur de nouvelles opportunités pour les entreprises proactives.

Mais ces réseaux fournissent aussi à moindre coût toutes sortes d'autres informations sur les meilleures façons de mieux saisir ces opportunités ou de mieux adapter l'innovation au marché, en offrant au besoin diverses ressources à peu de frais grâce au capital social, d'où l'élargissement par le bas de la courbe de coûts informationnels et en ressources.

Le réseautage a pour effet général d'aider les firmes proactives à mieux affronter l'incertitude et à courir encore plus de risques (ou de chances) avec le marché. En les approvisionnant généreusement en idées, en informations et en ressources, il permet à ces entreprises de faire plus de bons coups ou de saisir plus d'opportunités rentables. Avec le concours du milieu, il encourage donc les firmes à croître plus vite, à devenir des gazelles. Cet appui, tant pour la multiplication des idées que pour l'augmentation de l'information afin de mieux les appliquer, pousse un certain nombre d'entreprises actives à passer du côté gauche de la figure, ce qui augmente d'autant le nombre de gazelles. Si bien que certaines régions comptent jusqu'à 15 à 20 % de ces entreprises, ce qui transforme tout le dynamisme territorial. Les réseaux permettent aussi la création de ce que Bruyat (2001) appelle des *configurations chaudes* qui facilitent l'engagement des entrepreneurs et des autres acteurs territoriaux pour la création d'entreprises dynamiques et pour stimuler l'innovation.

Pour mieux comprendre ce que nous venons d'expliquer sur les liens entre le milieu ou l'écosystème et la multiplication d'entreprises proactives permettant de distinguer les régions plus dynamiques des autres, nous reproduisons les facteurs clés sur la figure 3.9. On y trouve quatre « ingrédients » critiques que sont : 1) l'information, que l'on mesure par la valeur de son contenu et sa diversité ; 2) les réseaux qui permettent aux entrepreneurs de multiplier cette information et de trouver des ressources complémentaires pour leurs projets afin de les valider, les améliorer ou les modifier, mais aussi des idées nouvelles conduisant à des opportunités et à l'innovation ; 3) le capital social qui complète ces ressources et favorise le goût du risque ; et 4) un important climat de confiance qui encourage les dirigeants à aller de l'avant en se sentant appuyés, leur permettant

de mieux affronter l'incertitude. La synergie entre ces déterminants finit par créer un climat propice à plus d'innovation et d'opportunités, dynamisant ainsi tout le territoire.

**Figure 3.9**
Conditions de l'environnement influant sur le dynamisme entrepreneurial

| **DYNAMISME TERRITORIAL FAIBLE** TIMIDE FACE À L'INCERTITUDE | | **DYNAMISME TERRITORIAL ÉLEVÉ** CAPABLE D'AFFRONTER L'INCERTITUDE |
|---|---|---|
| > Information récurrente, connue, peu de nouveauté | **Information** | > Information nouvelle, stratégique, stimulante, riche |
| > Peu de réseautage, faibles contacts, isolement des entreprises | **Réseaux** | > Réseautage dense et dynamique, diversifié, esprit de collégialité |
| > Milieu léthargique, capital social passif, ressources peu disponibles | **Capital social** | > Milieu dynamique, capital social actif, ressources disponibles |
| > Méfiance entre les acteurs économiques, peu de valorisation de l'entrepreneuriat, esprit de compétition | **Confiance** | > Confiance permet aux entreprises de croire en leurs capacités, encourage les initiatives et la prise de risque |
| PME **RÉACTIVE** ⟶ | PME **ACTIVE** | ⟶ PME **PROACTIVE** |

En d'autres termes, le dynamisme territorial passe par la confiance, une certaine coopération et la proximité des entrepreneurs et des parties prenantes de la région, augmentant le nombre d'idées, minimisant la contrainte de l'incertitude, facilitant le développement et l'obtention des ressources et donc le capital social, stimulant l'apprentissage partagé et multipliant entreprises et innovation.

### 3.1.8. Le modèle de Davis (2006)

Le modèle de Davis (2006a) s'inscrit dans les travaux en cours sur la recherche des déterminants comparables entre les pays de l'OCDE dont nous discuterons au modèle suivant, travaux initiés par cette organisation

internationale en collaboration avec Eurostat[9]. L'objectif de ces travaux est d'établir une liste d'indicateurs permettant des comparaisons homogènes dans le temps sur la démographie des entreprises de chaque pays et de mesurer les déterminants qui expliqueraient les différences de façon à aider ces pays à mieux soutenir l'entrepreneuriat chez eux.

Ce modèle admet toutefois qu'aucun groupe d'indicateurs ne peut à lui seul orienter la prise de décision ou déterminer le succès des politiques. Il explique plutôt que c'est l'interaction entre les différents facteurs à l'origine de la dynamique entrepreneuriale, les compétences entrepreneuriales et les conditions-cadres favorables qui déterminent le niveau et le type d'activité entrepreneuriale d'une économie.

On peut voir les principaux éléments de ce modèle à la figure 3.10. Ces éléments reprennent en partie les déterminants mesurables du modèle de Ahmad et Hoffman. Les déterminants portent sur le potentiel de marché, l'accès au financement, la compétence des entrepreneurs, les incitations ou aides gouvernementales et la culture entrepreneuriale. Ces déterminants servent à mesurer le niveau d'entrepreneuriat (en matière de création et de reprise) et les taux de succès basés sur la survie, la forte croissance et la part des PME dans l'économie.

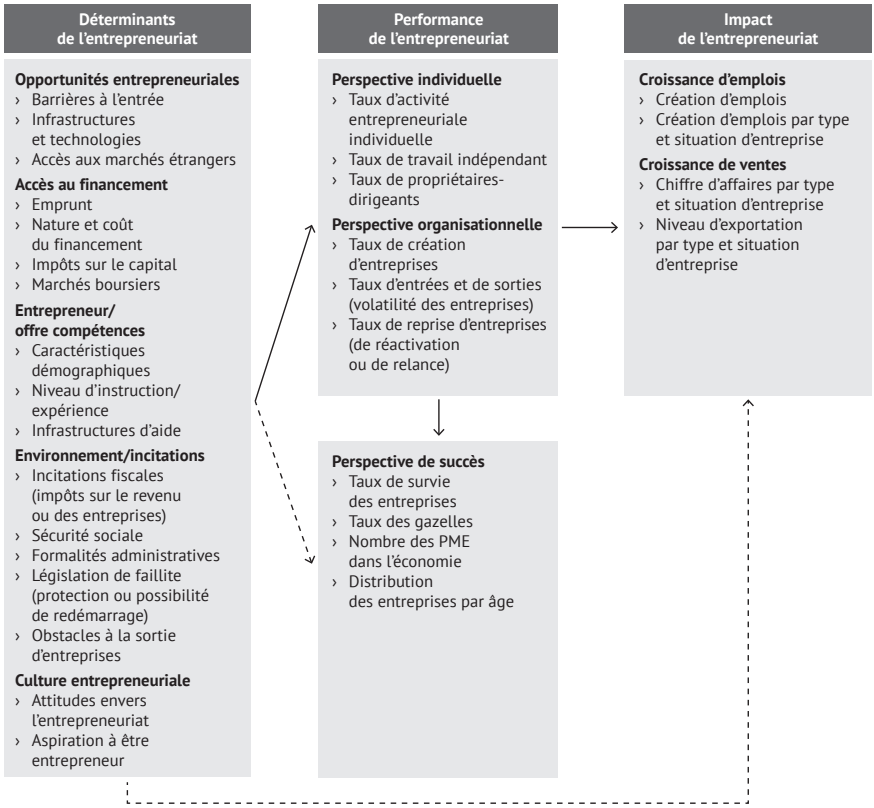
Le tableau de bord ainsi développé (sous condition de la disponibilité des données et de leur homogénéité, de leur standardisation ou leur comparabilité entre pays) devrait permettre de mieux évaluer les politiques favorisant l'entrepreneuriat et d'en assurer un suivi.

Les indicateurs de déterminants tentent de mesurer divers aspects des conditions et caractéristiques des économies qui stimulent, soutiennent ou freinent l'entrepreneuriat. En d'autres termes, ils reflètent les capacités et les caractéristiques des entrepreneurs et le climat entrepreneurial des pays du point de vue fiscal, réglementaire et éducatif. La connaissance

9. Ou l'Institut de la statistique de l'Union européenne.

de ces indicateurs constitue un élément clé si l'on veut faire en sorte que les politiques mises en œuvre par un pays soient propices au type d'entrepreneuriat et à l'impact recherché.

**Figure 3.10**
Modèle de Davis (2006a)

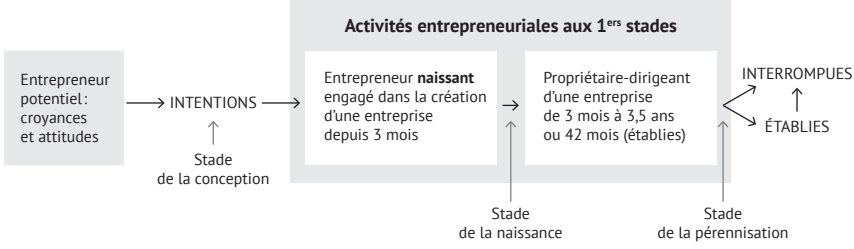



## 3.1.9. Le modèle du Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Le modèle du groupe de recherche international appelé Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se distingue particulièrement des trois modèles précédents par le fait qu'il considère explicitement que l'entrepreneuriat

est avant tout un processus individuel[10] qui relève de la volonté d'un ou de plusieurs entrepreneurs de créer une entreprise, le soutien du milieu ou les politiques gouvernementales ne pouvant que faciliter ou, au contraire, restreindre cette volonté. De plus, il considère que ce processus commence dès les premières démarches pour mettre sur pied l'entreprise, ou du moins dans les trois premiers mois de démarrage, même si cela ne permet pas encore de vendre un produit ou un service sur le marché, ce qu'ils appellent un entrepreneur *naissant* en lui donnant toutefois une définition plus restrictive que celle du modèle de Thurik, Wennekers et Uhlaner. Ajoutons toutefois qu'auparavant, les chercheurs du GEM tenaient aussi compte des intentions de créer une entreprise, que cette idée aboutisse ou non à la création effective d'une entreprise. Ils ont abandonné cette façon de voir qui faussait fortement la conception de l'entrepreneuriat et surtout les comparaisons entre pays. Comme nous pouvons le voir au centre de la figure 3.11, les chercheurs vérifient aussi les créations de jeunes entreprises de plus de 3 mois jusqu'à 42 mois, soit ce qu'ils appellent les *entreprises établies.*

**Figure 3.11**
Éléments explicatifs de la création d'entreprises du Global Entrepreneurship Monitor




10. Ce parti pris est explicitement souligné dès le début des rapports des groupes de recherche (Bosma *et al.*, 2007). Nous reviendrons en détail sur cette vision qui relève de l'approche positiviste à la Hofstede au chapitre 11.

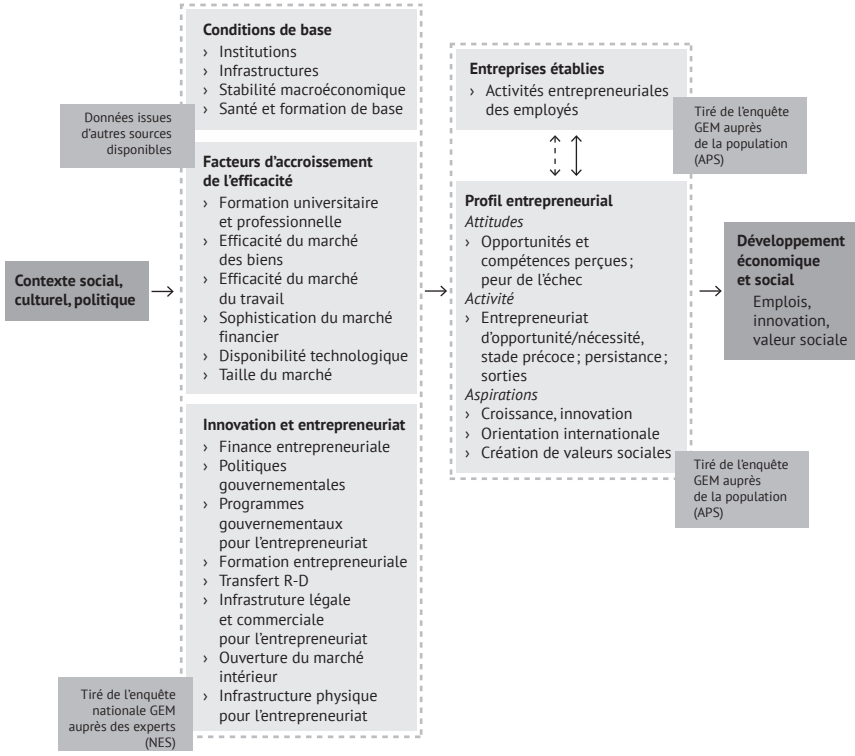
Le modèle repose sur une enquête téléphonique réalisée entre avril et juin de chaque année, pour les pays participants en utilisant deux questionnaires standards fournis par le consortium GEM. L'objectif de ce modèle est, d'une part, de comparer dans ces pays (69 pays participants en 2012) le nombre d'entrepreneurs *naissants* en train de créer une entreprise et les entrepreneurs œuvrant déjà dans une entreprise effectivement créée depuis plusieurs mois et, d'autre part, de discuter de l'influence des différentes caractéristiques socioéconomiques (éducation, lois, infrastructures, technologie, finance, R-D) de l'environnement social, culturel et politique soutenant ou pouvant soutenir ces entreprises potentielles ou réelles (St-Jean et Tremblay, 2014).

Évidemment, cette comparaison doit tenir compte du niveau de développement économique des pays participants. Le modèle distingue les pays à économie efficiente, donc à hauts revenus (soit, dans les premières analyses, les pays industrialisés), de ceux à faibles revenus, avec un petit groupe intermédiaire particulièrement innovateur. Ajoutons toutefois que les questionnaires standards ne sont pas adaptés aux différences socioculturelles de chaque pays, ce qui pose problème.

En plus de cet objectif de comparaison, le modèle tente d'expliquer pourquoi certains pays seraient plus entrepreneuriaux que d'autres (selon les données sur les entreprises *naissantes* ou sur celles bien établies), en interrogeant, d'une part, près d'une centaine d'experts (professeurs-chercheurs, consultants et intervenants gouvernementaux en entrepreneuriat) par pays et en utilisant, d'autre part, quelques données de l'enquête annuelle de la Banque mondiale. La logique qui sous-tend cette enquête peut être vue à la figure 3.12. On y constate que les attitudes à l'égard de l'entrepreneuriat sont mesurées, par exemple, à travers les opportunités et les compétences perçues, la peur de l'échec, le statut élevé des entrepreneurs prospères et l'attention des médias envers l'entrepreneuriat. On essaie aussi de mesurer et, par la suite, de comparer les conditions générales, sociales et économiques comme l'ouverture internationale, le poids du gouvernement en taxation et en bureaucratie et ses politiques

envers l'entrepreneuriat, la qualité des infrastructures, les capacités de financement, ou encore l'effet des grandes entreprises, par exemple, par l'essaimage ou la sous-traitance.

**Figure 3.12**
Relations analysées dans le modèle du Global Entrepreneurship Monitor




Source : St-Jean et Tremblay (2014).

Parmi les causes microéconomiques mesurées dans l'enquête globale, on note la multiplication des occasions d'affaires faisant suite à une augmentation de la demande ou à la baisse des coûts par l'innovation, ou au contraire par la pénurie d'emplois disponibles et par les licenciements,

ce que les chercheurs appellent les créations *par opportunités* ou, au contraire, *par nécessité*. Le problème de cette distinction est que même les créations *par nécessité* exigent une idée de départ, c'est-à-dire une opportunité qui mijotait quelque part dans la tête de l'entrepreneur potentiel et dont la concrétisation s'est accélérée par les circonstances, comme de plus en plus d'études le démontrent (Giacomin *et al.*, 2011). Sinon, par exemple, tous les chômeurs dans les pays industrialisés démarreraient leur entreprise sans recourir aux prestations d'assurance-emploi. De même, l'opportunité peut avoir germé depuis longtemps chez les entrepreneurs *volontaires* et s'être accélérée avec l'arrivée d'un événement, les « contraignant » presque à saisir l'occasion pour ne pas perdre la fenêtre qui vient de s'ouvrir.

Le problème central de cette étude est qu'elle traite ensemble le démarrage d'entreprises et les créations solidifiées après des mois d'exploitation. Or, on sait qu'environ 15 % à 20 % des nouvelles créations ne démarrent pas ou ne franchissent pas la première année d'existence. Ce qui peut s'expliquer par la mauvaise qualité du projet, par le manque de ressources humaines ou financières, par un changement de conjoncture dans l'économie ou une augmentation de la concurrence, ou enfin par d'autres possibilités offertes à l'entrepreneur *naissant*, comme un emploi à la hauteur de ses espérances. Toutes ces causes ne peuvent être les mêmes pour tous ni s'additionner pour expliquer la dynamique entrepreneuriale.

Du point de vue méthodologique, la taille des échantillons et la perception des répondants de ce qu'est une nouvelle firme et le secteur dans lequel celle-ci opère ne sont pas toujours les mêmes entre les pays. Aussi force est de rappeler qu'en particulier dans les pays en développement où l'enquête est réalisée, une grande partie de la population n'a pas de téléphone soit fixe, soit cellulaire[11]. Le problème se pose aussi

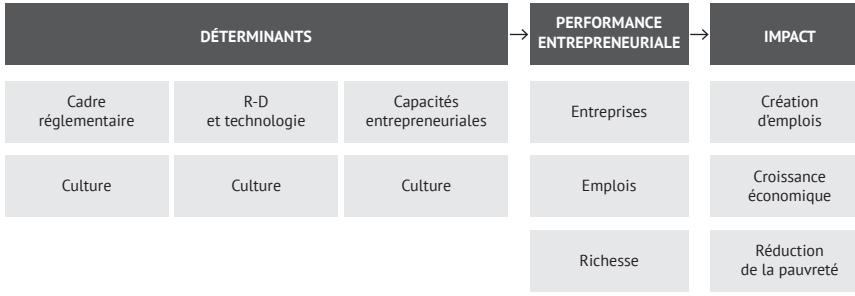
11. À noter aussi que ce problème commence à se poser dans les pays industrialisés, puisque de plus en plus de ménages n'ont plus de téléphone fixe, ou même inscrit dans des bottins disponibles pour tous, par exemple pour ceux qui utilisent des téléphones prépayés.

dans les pays où les téléphones cellulaires sont les contacts les plus utilisés par les futurs entrepreneurs, alors que les bottins diffèrent ou ne sont pas à jour. Nous reviendrons sur ces limites.

### 3.1.10. Le modèle de l'OCDE (Ahmad et Hoffman, 2007)

Les différentes variables culturelles et les comportements discutés dans les modèles de Gasse, de Julien et de Davis se retrouvent en partie dans le modèle d'Ahmad et Hoffman (2007). Ces derniers divisent le processus entrepreneurial selon trois principaux groupes de facteurs provenant de l'amont ou de l'aval du processus. Ils expliquent les relations entre causes ou déterminants, performance entrepreneuriale et impact de cette dernière sur l'économie, comme on peut le voir à la figure 3.13. Ce processus explique finalement la création d'emplois et de revenus et la croissance et le développement de l'économie.

**Figure 3.13**
Modèle de l'OCDE (Ahmad et Hoffman, 2007)




La figure 3.14 présente les déterminants de l'entrepreneuriat plus en détail et les divise selon le cadre réglementaire, la R-D et la technologie, les capacités entrepreneuriales, la culture, l'accès au financement et les conditions du marché. Ces déterminants touchent autant les règles administratives que l'ensemble des autres facteurs environnementaux comme l'avancement ou la disponibilité des nouvelles technologies,

les capacités des actuels ou nouveaux « entrepreneurs », les valeurs véhiculées tant sur le plan des individus que sur celui de l'environnement dans lequel il évolue, selon les secteurs de l'économie.

**Figure 3.14**
Déterminants de l'entrepreneuriat, selon le modèle de Ahmad et Hoffman (2007)

| CADRE RÉGLEMENTAIRE | R-D ET TECHNOLOGIE | CAPACITÉS ENTREPRENEURIALES | CULTURE | ACCÈS AU FINANCEMENT | CONDITIONS DU MARCHÉ |
|---|---|---|---|---|---|
| Barrières à l'entrée | Investissements en R-D | Formation et expérience entrepreneuriale | Propension aux risques | Accès aux prêts de financement | Lois antimonopoles |
| Barrières à la croissance | Liaison universités/ industries | Éducation en entrepreneuriat et en administration | Attitudes face aux entrepreneurs | Anges investisseurs | Concurrence |
| Législation de la faillite | Réseaux | Infrastructures entrepreneuriales | Désir d'être propriétaire d'entreprise | Accès au capital de risque | Accès au marché intérieur |
| Sécurité, santé et règles gouvernementales | Transferts technologiques | Immigration | Culture entrepreneuriale | Accès à d'autres types de financement | Accès aux marchés étrangers |
| Législation des produits et services | Accès à la haute technologie | | | Marché boursier | Degré d'implication publique |
| Législations du marché | Normes et systèmes des brevets d'invention | | | | Services d'approvisionnement |
| Structure légale | | | | | |
| Santé et sécurité | | | | | |
| Impôt sur le revenu et profits | | | | | |
| Impôts sur les capitaux | | | | | |

Les hypothèses de départ de ce modèle stipulent qu'il faut tenir compte de centaines de variables pour être réaliste et comprendre la dynamique entrepreneuriale, et que toutes ces variables peuvent être en partie mesurées, soit directement ou indirectement. Toutefois, l'importance relative de chacune n'est pas définie et pose déjà un sérieux problème. Or, sans l'évaluation de cette importance, il n'est pas assuré, par exemple,

que certains territoires, même s'ils ont beaucoup d'éléments positifs (par exemple, un important capital de risque ou encore un système de brevet fort développé) et moins d'éléments négatifs (une taxation directe et indirecte relativement faible), soient forcément plus entrepreneuriaux que d'autres. D'autres régions, ayant un fort réseau de capital de proximité et des réseaux soutenant l'innovation, même si on trouve de faibles liens entre les firmes et les universités ou des règles plus sévères de protection des travailleurs, peuvent être fortement dynamiques. C'est avant tout une question de *combinaison optimale*, puisque aucun territoire n'est probablement très riche sur tous les éléments positifs et très pauvre en éléments limitatifs. D'ailleurs, comme nous le verrons plus loin, la relation entre ces causes ou ces déterminants et l'entrepreneuriat peut même être négative (Acs *et al.*, 2005).

Ajoutons que ce modèle théorique n'a pas été vérifié, compte tenu justement des contraintes, notamment celle touchant la disponibilité des données.

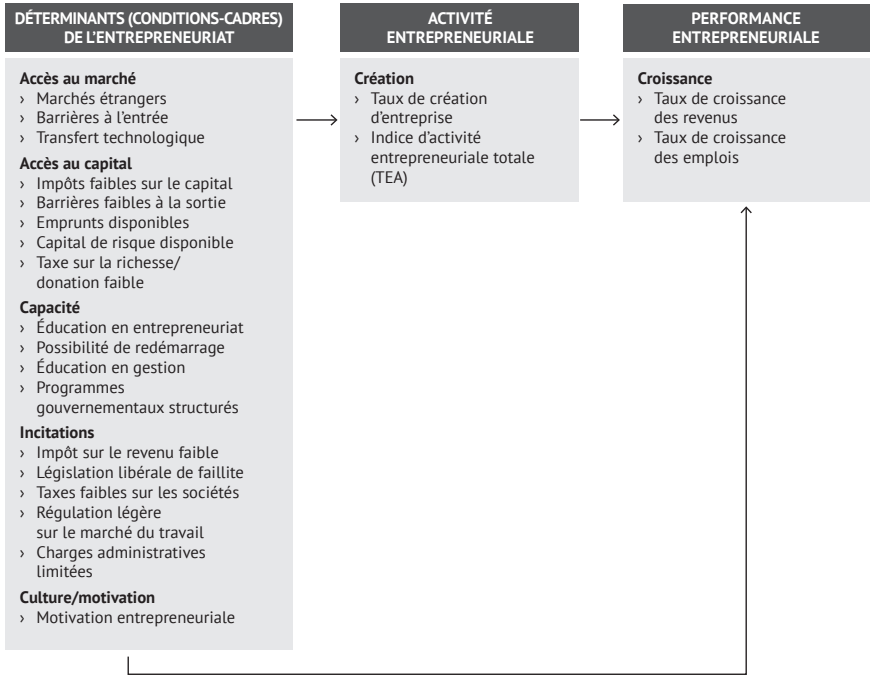
### 3.1.11. Le modèle de Larsen (2008)

Le modèle de Larsen (2008) s'inscrit dans une perspective d'étalonnage dont l'objectif est d'évaluer la performance et les conditions-cadres d'un pays en matière d'entrepreneuriat et de tester leur corrélation sur la base de quatre indicateurs de création et de croissance. Ce modèle, illustré à la figure 3.15, constitue un cadre de mesure globale pour les conditions générales de l'entrepreneuriat permettant des comparaisons internationales.

Pour construire son modèle, Larsen (2008) part de l'hypothèse selon laquelle les variations dans la performance entrepreneuriale des pays peuvent être expliquées par les différences dans leurs conditions générales ou dans les déterminants explicatifs. C'est ainsi qu'il propose d'intégrer dans son modèle ces conditions qui déterminent l'état et le développement de l'activité et de la performance entrepreneuriale.

Les déterminants couvrent une variété d'éléments : l'accès facile aux marchés étrangers, l'accès illimité au capital financier, la présence des compétences nécessaires pour lancer et développer une entreprise, la présence de structures d'incitation propres qui fournissent des avantages tangibles pour les entrepreneurs et, enfin, la présence d'une culture entrepreneuriale dynamique.

**FIGURE 3.15**
Modèle de Larsen (2008)



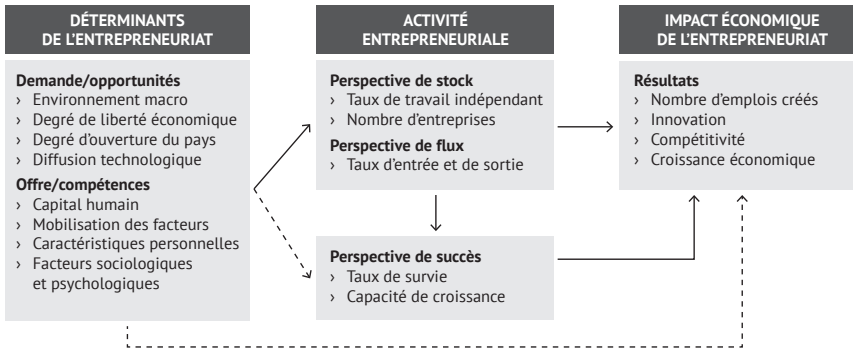

Ce chercheur mesure l'état et le développement de l'entrepreneuriat dans un pays à travers ce qu'il a dénommé un « indice d'entrepreneuriat ». Cet indice utilise une mesure composite pour l'activité et la performance entrepreneuriale qui combine les données d'activité de création et de croissance des nouvelles firmes, ces activités étant fortement corrélées

à la productivité. Deux indicateurs sont proposés pour les taux de création des nouvelles firmes : le taux de création mesurant le nombre de nouvelles entreprises comme une part du stock total des entreprises, sur la base des données de l'Eurostat, et l'indice d'activité entrepreneuriale totale (TEA) de GEM mesurant la part de la population impliquée dans le démarrage d'une entreprise et celle du nombre d'individus qui ont démarré une entreprise depuis moins de 3 ans et demi. Il ajoute à ces derniers deux autres indicateurs pour les croissances de nouvelles firmes : la part des entreprises nouvelles avec une croissance de revenus supérieure à 60 %, et la part des entreprises nouvelles avec une croissance d'emplois supérieure à 60 % durant ces 42 mois.

## 3.1.12. Le modèle de Congregado *et al.* (2008)

Le modèle de Congregado *et al.* (2008) constitue aussi un prolongement du cadre d'analyse statistique de Ahmad et Hoffman, de Davis et surtout de Larsen. Il voit les causes ou les déterminants de l'offre et de la demande comme des structures d'incitation liées à un ensemble de facteurs culturels et de motivations sur le niveau d'activité entrepreneurial d'un secteur ou d'une région précise. La figure 3.16 résume ce modèle.

**Figure 3.16**
Modèle « adapté » de Congregado *et al.* (2008)



Ce cadre a toutefois été critiqué au départ pour deux raisons. D'abord, il ne permet pas de distinguer les facteurs de production en général des motivations et des comportements des entrepreneurs ; de plus, il considère les aspects culturels comme quelque chose d'extérieur à leurs décisions.

Dans ce modèle, les déterminants sont constitués par l'existence d'une demande et d'une offre. La demande entrepreneuriale est liée aux opportunités de profit que les agents détectent. L'environnement macroéconomique, le degré de liberté de l'économie (législation peu contraignante, par exemple), la diffusion des technologies et le degré d'ouverture de l'économie constituent autant de facteurs qui augmentent les opportunités entrepreneuriales. L'exploitation de ces dernières est associée à un taux de profit le plus élevé possible. Au contraire, l'offre relève des conditions nécessaires pour pouvoir entreprendre. Ces dernières touchent aux compétences entrepreneuriales, innées ou acquises, expliquant la perception des opportunités et la capacité de mobiliser les facteurs de production nécessaires et moins coûteux pour appliquer ces opportunités.

En d'autres termes, un entrepreneur potentiel peut détecter une opportunité de profit, mais il serait incapable de l'exploiter s'il n'a pas accès à ces facteurs ou s'il n'a pas les ressources financières pour les obtenir. Il s'engage à la condition que le profit attendu soit plus grand que le coût d'options d'une alternative ; cela suppose l'existence d'un surplus lié au risque induit, risque subjectif lié lui-même à certaines caractéristiques personnelles comme une bonne situation financière. Ces facteurs peuvent avoir, au contraire, des effets limitatifs en augmentant l'incertitude liée au fait d'entreprendre plutôt que de choisir un emploi salarié, ce qui affecte le nombre d'entreprises nouvelles ou en croissance. Comme dans tout autre marché, ces choix expliqueraient le niveau d'activité et, finalement, le niveau d'équilibre sur le marché entrepreneurial.

Ce niveau d'activité peut se mesurer en quantifiant le tissu entrepreneurial, soit en considérant le nombre d'entrepreneurs, soit en regard du stock d'entreprises créées par ces derniers. Il peut être aussi appréhendé en analysant la dynamique entrepreneuriale par les créations

ou les disparitions utilisant ainsi une mesure de flux. Dans ce dernier cas, l'analyse porte sur la capacité de survie et de croissance des entreprises. Le diagnostic global est établi en matière d'emplois et d'innovation, et donc de compétitivité et de croissance économique.

En résumé, ces modèles nous permettent d'examiner les causes ou les déterminants possibles pour mesurer l'entrepreneuriat, en particulier la création d'entreprises. Il reste à nous arrêter maintenant sur les modèles touchant l'autre aspect de l'entrepreneuriat : le développement des entreprises ou leur transformation, notamment par l'innovation.

## 3.2. Les modèles d'innovation et d'opportunités

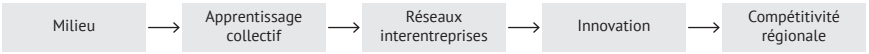
Pour les modèles touchant l'innovation, nous allons nous concentrer sur deux modèles mésoéconomiques tirés des travaux du Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs (GREMI) (Camagni et Maillat, 2006 ; Ritsila, 1999 ; Mole et Worrall, 2001) et de celui de Meeus, Oerlemans et Kenis (2008), et sur quatre modèles microéconomiques, soit ceux de Julien (2005), de Winters et Stam (2007), de Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009) et de St-Pierre et Trépanier (2011).

### 3.2.1. Le modèle mésoéconomique du GREMI

Le modèle du Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs (GREMI) a été développé dans les années 1960 à partir de la théorie élaborée par Philippe Aydalot (1976). Ce dernier essayait d'expliquer pourquoi certaines régions, comme la Troisième Italie, la Silicon Valley aux États-Unis ou l'Arc jurassien en Suisse, étaient beaucoup plus entrepreneuriales que d'autres, concernant notamment l'innovation. Une recherche menée sur plus de 30 ans par un groupe de chercheurs de plusieurs pays européens (Maillat, Quévit et Senn, 1993) a donné toute une série de rapports que Mole et Worrall (2001) reprennent dans la figure 3.17. Ces derniers expliquent que les milieux innovateurs se caractérisent par l'interaction et la coopération

étroites entre plusieurs groupes de firmes, des institutions publiques et une culture entrepreneuriale particulièrement dynamique. Ce dynamisme provient notamment des externalités significatives associées aux marchés de travail spécialisés, qui stimulent l'apprentissage collectif et par le fait même l'innovation et la compétitivité de la production (Camagni et Maillat, 2006).

**Figure 3.17**
Modèle mésoéconomique d'innovation du GREMI (Mole et Worrall, 2001)




Pour comprendre ce mécanisme, Ritsila (1999) explique qu'il faut se placer sur trois plans d'analyse, soit les plans transactionnel, cognitif et organisationnel. L'analyse transactionnelle décrit le milieu innovateur comme une structure de management diffus permettant de réduire les coûts de transaction et l'incertitude par une coopération systématique et la confiance entre entreprises et entre institutions. L'ancrage cognitif permet aux entreprises d'accélérer l'apprentissage collectif fondé sur le partage de connaissances, apprentissage continuellement renouvelé et favorisant l'innovation. Enfin, le milieu dans sa dimension organisationnelle oriente les stratégies d'entreprise vers l'innovation par le jeu des entreprises leaders et la concurrence toujours présente, malgré la coopération, obligeant les entreprises à se moderniser continuellement si elles ne veulent pas être mises de côté.

Les milieux innovateurs, ou les systèmes régionaux d'innovation, comme le rappellent St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka (2013), sont compris comme un processus d'apprentissage collectif stimulé par des interactions entre les entreprises et soutenu par une dynamique territoriale afin de développer des capacités particulières d'innovation sur le territoire. Ce processus passe à travers les réseaux interorganisationnels ou industriels favorisant l'échange de connaissances et de produits. Le réseautage agit comme un des principaux processus d'apprentissage

et modère l'incertitude autour de l'innovation par le partage d'informations. De son côté, le marché du travail sert de canal continu d'informations nouvelles, tacites et explicites, et de bonnes pratiques, puisque les compétences et la force de travail se déplacent d'une firme à l'autre, apportant toute l'information cumulée en travaillant dans l'entreprise précédente, y compris l'information de pointe, comme on l'a vu longtemps dans la Silicon Valley. À ceci s'ajoutent des rencontres informelles, par exemple au restaurant ou au café sinon dans des fêtes ou des événements sociaux, qui permettent d'échanger encore plus les dernières informations, comme l'a bien montré Saxenian (1994). Ce qui crée des synergies interentreprises permettant d'améliorer systématiquement la compétitivité et la croissance économique de la région.

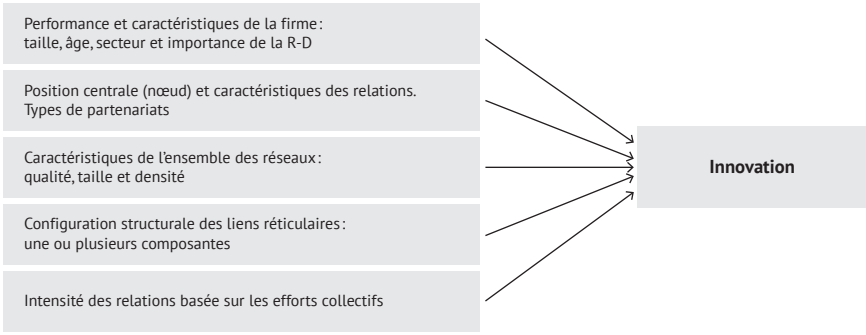
### 3.2.2. Le modèle mésoéconomique d'innovation de Meeus, Oerlemans et Kenis (2008)

Ce mécanisme de réseautage est analysé en profondeur dans le modèle de Meeus, Oerlemans et Kenis (2008). Ces derniers, en comparant les résultats statistiquement significatifs de 24 recherches antérieures touchant l'innovation, mettent en évidence l'importance des caractéristiques des réseaux territoriaux sur les firmes. Ils s'arrêtent en particulier sur trois aspects. Premièrement, ils expliquent que les activités innovatrices peuvent être induites des changements dans l'environnement, comme dans le cas d'un changement réglementaire libérant des activités réservées auparavant à un monopole étatique. Deuxièmement, pour faire suite à ces changements importants sur leur territoire, les firmes développent leurs capacités pour générer ou adopter de nouvelles idées et connaissances en s'associant à des réseaux interorganisationnels globaux orientés vers l'innovation. Notons que pour ces chercheurs, la notion de « réseaux globaux » va bien au-delà de la simple analyse des relations dyadiques entre partenaires. Elle s'étend à l'ensemble des organisations favorisant l'innovation dans des liens réticulaires multilatéraux, ce qui transcende les firmes et leurs relations avec des clients ou des fournisseurs pour inclure des partenariats avec d'autres acteurs comme les universités, les instituts technologiques,

les firmes-conseils, les intervenants gouvernementaux et autres intermédiaires en connaissances avancées, comme l'expliquent encore ici St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka (2013). Ces partenariats ont pour but de développer des projets conjoints d'innovation leur permettant d'acquérir des ressources et des connaissances complémentaires, de répondre à de nouveaux besoins sur le marché ou de créer ces derniers et, finalement, de partager les profits et risques associés. Troisièmement, l'efficacité de ces partenariats dépend des caractéristiques de ces réseaux pour les entreprises, notamment de leur qualité en matière d'informations nouvelles et d'intensité des relations, mais aussi de la position qu'occupent les firmes dans les réseaux : plus les firmes ont une position centrale ou sont près des nœuds des réseaux, plus ces derniers diffusent de l'information riche, plus les relations sont fortes, plus l'innovation se diffuse. À ces caractéristiques, on doit ajouter aussi les caractéristiques des firmes en présence, soit la taille, l'âge et le secteur, dont l'effet sur les activités innovatrices n'est pas négligeable, puisque plus les firmes sont jeunes et ont du personnel technique et plus elles évoluent dans des secteurs de hauts savoirs, plus elles tendent à innover. Meeus, Oerlemans et Kenis (2008) rappellent que la configuration structurale des interactions réticulaires dans lesquelles les entreprises évoluent est aussi importante que la qualité des réseaux eux-mêmes, comme le fait qu'un réseau permet d'accéder à d'autres réseaux encore plus riches au besoin. Ce qui les amène, comme le montre la figure 3.18, à centrer leur analyse sur les liens entre les caractéristiques des réseaux globaux et le comportement innovant des entreprises.

Ajoutons que ces chercheurs associent l'innovation à tout comportement organisationnel qui cherche à générer ou à adopter de nouvelles technologies, de nouveaux produits et de nouveaux procédés ayant un impact sur le marché et la concurrence et donc sur la rentabilité des firmes. L'innovation dans ces études se limite toutefois à des indicateurs traditionnels formels comme les brevets (intensité ou nombre de brevets), le nombre d'employés en R-D, le nombre de nouveaux produits introduits sur le marché, les capacités en créativité, etc., ce qui ne s'applique pas à toutes les PME.

**Figure 3.18**
Modèle de Meeus, Oerlemans et Kenis (2008)




Ajoutons que l'importance clé du réseautage pour l'innovation, tant dans ces modèles mésoéconomiques que dans ceux plus microéconomiques qui suivent, explique que les nouvelles pratiques dites d'« innovation ouverte » sont anciennes et démontrent qu'il est probablement très difficile, sinon impossible d'innover sans être lié plus ou moins systématiquement à l'extérieur (St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka, 2013).

## 3.2.3. Quelques modèles d'innovation microéconomiques

À ces modèles mésoéconomiques qui nous permettent de comprendre l'importance de différents facteurs facilitant ou freinant l'innovation sur un territoire, on peut aussi ajouter quelques modèles microéconomiques nous permettant de mieux saisir comment l'innovation se multiplie et profite aux entreprises en soi et, par ricochet, au territoire qui les héberge.

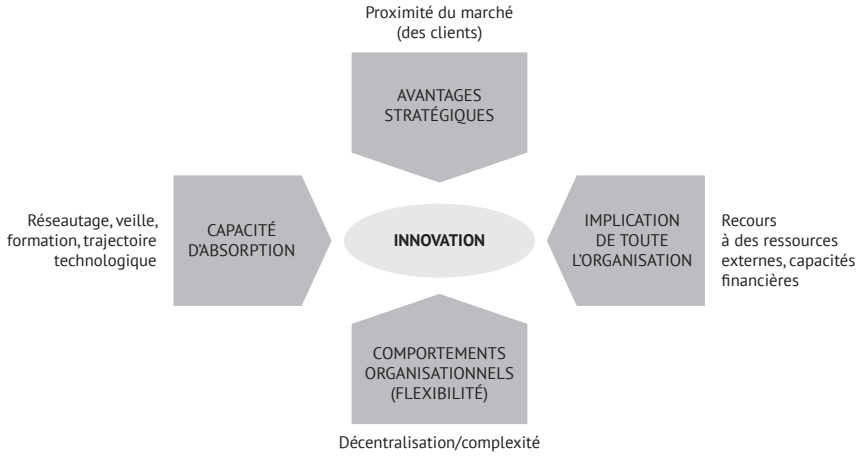
### *Le modèle de Julien (2005)*

Julien (2005), à partir d'une enquête en profondeur réalisée auprès d'une cinquantaine d'entreprises dans quatre secteurs manufacturiers[12] sur l'introduction de procédés technologiques innovants, montre que

12. Produits métalliques, produits de plastique, machinerie et produits du bois.

quatre groupes de variables doivent être pris en compte, comme on peut le voir à la figure 3.19. Le premier groupe porte sur les avantages stratégiques à innover et donc sur une bonne connaissance des besoins du marché. Pras et Le Nagard-Assayag (2003) ajoutent trois éléments de réussite pour ce qui est de la mise en marché d'un nouveau produit : la prise en compte des besoins des clients dès la phase d'adaptation, la singularité ou le caractère supérieur du produit avec un prix concurrentiel et une stratégie pour le mettre en marché. La deuxième variable est la capacité d'absorption d'informations complexes par l'organisation, ce qui implique la formation régulière du personnel et de bons liens avec des réseaux notamment à signaux faibles. La troisième concerne la flexibilité, la capacité d'apprentissage (les comportements de l'organisation), les attitudes entrepreneuriales de la direction ou l'aptitude à saisir ou à créer des opportunités sur le marché. La quatrième variable concerne l'implication du plus grand nombre d'employés dans le processus d'innovation et la capacité d'entretenir des liens avec des ressources externes comme les centres de recherche et les firmes-conseils en technologie et en formation.

**Figure 3.19**
Modèle de Julien (2005)



L'étude rappelle que l'innovation résulte d'une combinaison d'idées développées dans un processus collectif supposant recherche et échange régulier d'informations en interne et à l'externe, surtout sur l'évolution du marché, des technologies et de la concurrence. Cette information est avant tout tacite et le plus souvent informelle, plutôt que technologique ; elle est complétée par de l'information codifiée. Elle est notamment en liaison avec des réseaux à signaux faibles. L'analyse montre que les variables les plus importantes pour soutenir l'innovation touchent les avantages stratégiques et la capacité d'absorption.

Cette analyse montre à nouveau que l'innovation est un phénomène collectif qui est stimulé par un milieu particulièrement innovateur et donc par la présence de réseaux informationnels et de quelques entreprises championnes capables d'entraîner d'autres firmes à innover tout en encourageant les organismes de soutien à être proactifs comme les centres relais-innovation de la Commission européenne, le Centre de recherche industriel du Québec, les Centres de recherche en innovation et technologies en France ou les Regional Technology Alliances aux États-Unis (Freel, 2000 ; Hoffman *et al.*, 1998).

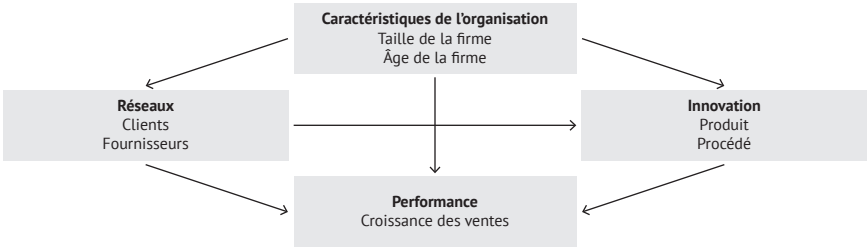
### *Le modèle de Winters et Stam (2007)*

Pour leur part, dans leur modèle théorique Winters et Stam (2007) confirment l'importance des réseaux dans les stratégies des firmes en relation avec une bonne connaissance des marchés. Évidemment, ces réseaux sont fonction des caractéristiques des entreprises (taille, rythme de croissance, secteur, etc.) et de leurs besoins en informations de toutes sortes, comme on peut le voir à la figure 3.20.

Selon ces chercheurs, ce n'est pas le nombre de relations dans les réseaux qui importe le plus pour innover, mais leur diversité. Ils estiment que l'innovation de procédés provient avant tout de l'information transmise par les fournisseurs qui offrent de nouveaux éléments au processus de production ou à l'organisation. Au contraire, l'innovation de produits

est le plus souvent déclenchée par les clients et leurs besoins ou par leurs réactions après achats, ou encore par leurs critiques sur la fonctionnalité des nouveaux produits. Ainsi, le niveau auquel les firmes sont impliquées dans des réseaux d'innovation dépend non seulement de la nature de l'innovation (produit ou procédé), mais encore de la nature de la firme (secteur, niveau de savoir, etc.).

**Figure 3.20**
Modèle théorique de Winters et Stam (2007)




### *Le modèle de Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009)*

Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009) considèrent toutefois qu'il est important de discuter aussi des barrières à l'innovation. Ils décomposent l'innovation en innovation de produits, de procédés et managériale. Une bonne compréhension des barrières de même que des contextes spécifiques peut aider les entreprises et les gouvernements à les surpasser et à créer un meilleur environnement pour l'innovation (Teece, 1996 ; Hadjimanolis, 1999). Ils divisent les obstacles en deux types, soit les barrières internes et externes. Les premiers relèvent en particulier du manque de ressources nécessaires au développement efficace de l'innovation, notamment les ressources financières et humaines (Mohnen et Roller, 2005 ; Fagerberg, Fosaas et Sapprasert, 2012). Les coûts élevés de la R-D, dont une bonne partie est imprévisible, de même que le contexte d'information asymétrique prévalant entre les PME et leurs partenaires externes sont perçus comme un des obstacles importants à l'innovation. L'incertitude liée au succès

de l'entreprise sur le marché conjuguée à une information incomplète sur les activités d'innovation augmentent le risque perçu par les bailleurs de fonds, qui hésiteront à s'engager avec la firme en l'absence de certaines garanties. Sans autonomie financière et un certain coussin de liquidités, il sera difficile pour certaines PME de se lancer dans des projets d'innovation importants, ce qui pourra aussi ralentir le rythme de leurs activités d'innovation[13]. Les petites firmes peuvent être facilement sujettes à de telles barrières si le projet est important, et le seront davantage si elles sont jeunes et qu'elles n'ont pas encore établi de relation de confiance avec un partenaire financier. Ce qui explique pourquoi l'innovation chez elles peut se faire de façon informelle avec des ressources humaines à temps partiel afin de ne pas grever le budget et manquer de main-d'œuvre et ainsi nuire aux autres activités de la firme.

Du côté des ressources humaines, les barrières viennent des faibles compétences des employés, d'une formation déficiente, du manque d'engagement de la haute direction ou d'une culture organisationnelle supportant mal la nouveauté ou l'incertitude liée à l'innovation (Kane, Crawford et Grant, 1999 ; Mosey, Clare et Woodcock, 2002 ; Zwick, 2002). Les entrepreneurs espagnols interrogés par Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009) indiquent que les barrières internes sont souvent les plus difficiles à surmonter.

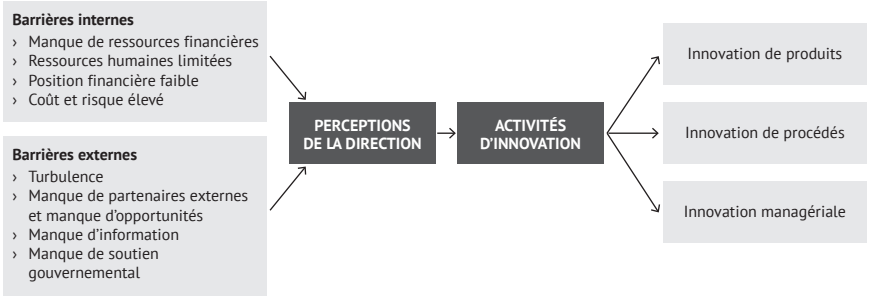
Les barrières externes sont celles liées à l'environnement. Elles résultent notamment de la turbulence de l'économie, du manque de partenaires nécessaires ou de l'insuffisance d'information pour mettre

13. Depuis quelques années, une solution à cette situation se trouve du côté du *financement participatif* (*crowdfunding*), que les entreprises ou individus créatifs peuvent obtenir par la sollicitation de donateurs sur le Web. Cette nouvelle forme de financement vient pallier le déficit de ressources disponibles dans la chaîne de financement, pour de petits projets particulièrement novateurs et qui sont trop risqués pour les banquiers et pas suffisamment importants pour les investisseurs dans le capital de risque. Dans certains cas, les entreprises peuvent aller chercher des sommes importantes et suppléer le financement bancaire et l'investissement de partenaires directs, mais celles-ci sont plus l'exception que la règle.

en œuvre une stratégie d'innovation efficace. Une turbulence moyenne avec du changement relativement prévisible incite à l'innovation, alors qu'une turbulence trop grande augmente les résistances. L'information est fondamentale pour l'innovation et une incertitude trop grande peut limiter le changement (Frenkel, 2003; Hadjimanolis, 1999). Enfin, le manque de partenaires pour mener à bien des projets trop complexes pour une firme seule peut également limiter les capacités de réaliser certains projets. Une partie de ces partenaires peuvent venir des organismes gouvernementaux. Piater (1984) note que le manque d'assistance gouvernementale est perçu dans les pays européens comme une barrière importante à l'innovation.

Évidemment, l'importance de ces obstacles varie selon le type d'innovation. Les auteurs constatent notamment que l'environnement externe, les ressources humaines et le risque n'affectent pas l'innovation de produits contrairement aux autres formes d'innovation. Ce résultat est important parce qu'il met de l'avant la nécessité de prendre en considération la diversité des types d'innovation autant pour bien saisir leurs déterminants que leurs obstacles, que pour permettre aux pouvoirs publics d'établir des plans d'intervention et d'appui appropriés. La figure 3.21 résume cette discussion à propos des obstacles.

**Figure 3.21**
Modèle de Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009)



### *Le modèle de St-Pierre et Trépanier (2011)*

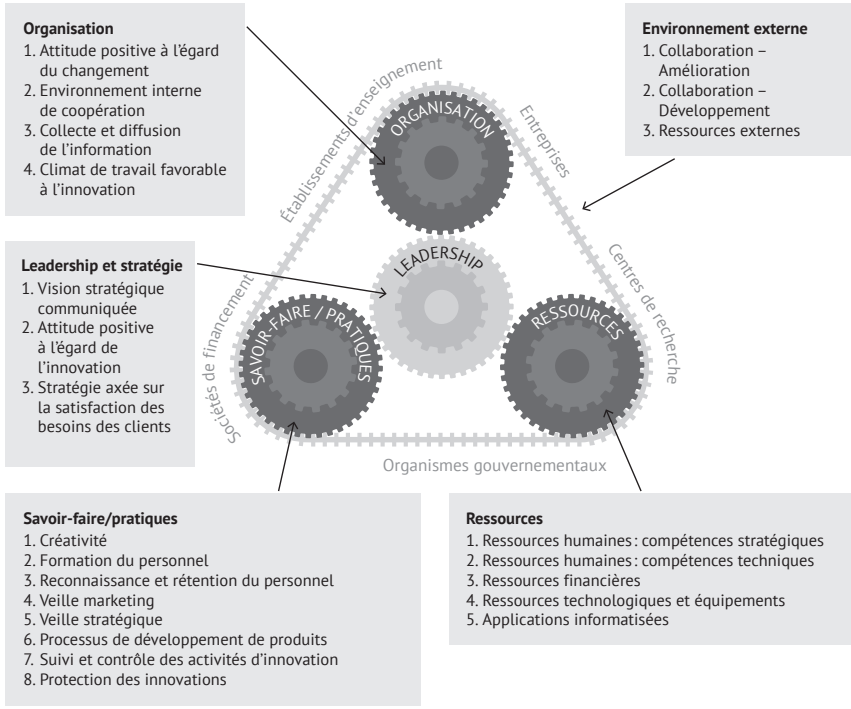
Les différents modèles présentés jusqu'à présent ont comme limite de ne pas étudier les effets concomitants des facteurs les composant, de sorte que l'on ne peut relativiser le rôle de chaque déterminant dans une perspective globale et intégrée. C'est ce qu'ont voulu corriger des chercheurs de l'Institut de recherche sur les PME après avoir observé pendant plusieurs années la diversité des modalités d'innovation de PME manufacturières, l'influence de leur contexte, mais aussi comment les entreprises arrivaient à « exceller » en innovation sans pour autant bénéficier des ressources de leur territoire régional ou d'une forte présence en interne de certains facteurs clés identifiés dans l'analyse précédente. Par exemple, alors que les pouvoirs publics intensifient leur soutien aux activités de R-D et de modernisation des équipements par un rehaussement technologique, les chercheurs observent que certaines PME « performantes » adoptent d'autres façons de faire. « Elles consacrent leurs ressources aux améliorations des processus qui ne sont pas reconnus au niveau de la R-D tout en investissant dans des équipements usagés et technologiquement désuets, mais qui leur offrent la flexibilité requise pour répondre aux exigences des clients » (St-Pierre et Trépanier, 2011, p. 7) grâce aux améliorations qu'elles peuvent apporter à leurs produits.

L'innovation est reconnue comme un processus social où les environnements internes et externes jouent des rôles complémentaires. Aussi ces auteurs élargissent-ils l'environnement externe pour inclure le niveau extraterritorial (pays, nation) que n'hésiteront pas à solliciter les entrepreneurs pour combler certains déficits en ressources de proximité, dans leur environnement immédiat (Razafindrazaka, St-Pierre et Trépanier, 2014). On comprend pourquoi des PME établies en régions éloignées des grands centres urbains arrivent à innover, mais d'une façon différente des entreprises mieux nanties ou localisées dans un environnement munificent et mieux pourvu de ressources technologiques et scientifiques.

Le modèle développé par les chercheurs est donc issu de l'analyse de la littérature et de l'observation de plus d'une centaine de PME manufacturières québécoises de divers secteurs d'activité. Il est composé de quatre engrenages internes à l'entreprise, identifiés par le leadership, les ressources, pratiques et savoir-faire et l'organisation, et d'une courroie représentant les liens avec l'environnement externe (figure 3.22). La taille de chaque engrenage est modulable selon la réalité et le contexte de l'entreprise. On pourra donc retrouver une PME ayant peu de ressources en interne, celles-ci étant complétées par de fortes collaborations avec différents partenaires externes, comme ils l'ont vu dans leur analyse de l'innovation dans l'industrie de transformation des produits de la mer (Trépanier *et al.*, 2013). Cette vision de composantes modulables, tout à fait conforme à la théorie de la contingence convient davantage à la réalité des PME qu'un modèle statique reposant sur une approche universaliste où toutes les entreprises doivent adopter les mêmes façons de faire et les mêmes configurations.

Ces différentes composantes du modèle ont été étudiées sur un échantillon de PME manufacturières issues de différentes régions du Québec. L'échantillon analysé, composé de 123 PME manufacturières ayant un âge médian de 18 ans et une taille moyenne (30 % ont moins de 20 employés, 34 % en ont de 21 à 50, et 36 % en ont plus de 50), confirme la diversité des profils d'entreprises innovantes ainsi que les modes d'innovation. Parmi les facteurs clés les plus significatifs, on retrouve l'influence du chef d'entreprise sur la mobilisation du personnel et son engagement envers l'innovation, la présence de compétences techniques pour opérer des équipements technologiques ou les adapter aux besoins particuliers de la production, les collaborations diverses et les relations qu'entretient l'entreprise avec ses clients pour bien connaître ses besoins actuels, mais surtout futurs. Les principaux freins à l'innovation sont le manque d'expérience en gestion de l'innovation (41 %), la disponibilité réduite du personnel scientifique et technique (37 %), et les compétences pour assurer une mise en marché efficace des innovations (36 %).

**Figure 3.22**
Modèle de St-Pierre et Trépanier (2011)




On retiendra de cette étude sur des données microéconomiques l'impossibilité d'établir un « modèle-type » de PME innovante avec succès considérant la diversité de comportements qu'elles adoptent qui eux-mêmes peuvent refléter la diversité des facteurs de contingence qui dictent ou conditionnent leurs comportements. Ces conclusions ont été possibles grâce à l'adoption d'une vision holistique des déterminants de l'innovation chez les PME, la plupart des études adoptant une approche unidimensionnelle.

Ces résultats supportent l'observation de Rothwell (1989) à l'effet que le succès en innovation ne peut être attribué uniquement à un ou deux facteurs clés, mais plutôt à un comportement « équilibré et satisfaisant » sur une plus grande diversité de composantes. Ils s'opposent à toute

recommandation simplificatrice pour accroître l'innovation chez les PME, qui sont notamment supportées par les pouvoirs publics, puisque la complexité du phénomène appelle aussi des solutions complexes révélatrices de la diversité des PME (St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka, 2013).

## Conclusion

Les modèles présentés dans ce chapitre nous permettent de comprendre la complexité du développement. Ils s'intéressent à un grand nombre d'éléments. On peut retenir trois grands groupes de variables ou de déterminants de l'entrepreneuriat.

D'abord, on trouve les comportements des futurs entrepreneurs souhaitant démarrer ou acquérir une entreprise, passant de l'intérêt à l'action, et à côté un milieu appuyant cette dernière. Cet appui provient tant du soutien moral du milieu en faveur des entrepreneurs et des cadres, par exemple en les encourageant par leurs achats, que de l'aide directe; cet appui peut se faire en travaux plus ou moins bien rémunérés comme dans le cas d'un démarrage où la famille donne un coup de main sans être payée, ou encore par des coûts moindres des ressources matérielles nécessaires au démarrage ou au développement des entreprises. Ces comportements touchent finalement les attitudes dans la communauté (Hindle, 2006), soit l'ouverture plus ou moins grande à l'entrepreneuriat, les aptitudes, la formation ou l'expérience des entrepreneurs et de leurs employés et donc leur niveau de formation et finalement, celui des autres acteurs aidant à soutenir l'entrepreneuriat.

Ensuite, on voit que la structure démographique et économique et la structure industrielle jouent un rôle stimulant pour l'entrepreneuriat. Une démographie plutôt jeune joue fortement sur la multiplication des nouvelles entreprises et sur l'innovation alors que le vieillissement de la population augmente l'aversion aux risques et la résistance au changement. De même, une structure industrielle avec une très forte présence de PME sert de modèle pour les futurs entrepreneurs, à l'encontre des grandes entreprises, notamment celles dans le secteur primaire.

Une structure industrielle concentrée autour d'une faible diversité d'activités favorise des services spécialisés et la disponibilité de connaissances spécifiques ; par contre, elle peut être défavorable quand la conjoncture ou des changements technologiques majeurs jouent contre le ou les secteurs fortement présents ou que la demande diminue pour diverses raisons, comme ce fut le cas en Suisse par le passage de l'horlogerie traditionnelle à l'horlogerie informatisée, en Mauricie avec l'effondrement de la demande mondiale de papier, au Saguenay avec la réduction de la demande pour l'aluminium, etc. On peut s'arrêter aussi aux ressources de toutes sortes, y compris les infrastructures disponibles ou favorables pour soutenir la création, la reprise et l'innovation, que ces ressources soient financières ou physiques et qu'elles soient privées ou proviennent des gouvernements. Ajoutons toutefois, dans le prolongement des affirmations de Gasse (2003), que cet environnement, ou ce qu'on pourrait appeler l'écosystème, est dynamique et que l'absence des facteurs clés à un moment donné peut se corriger avec le temps et que les situations ponctuelles non stimulantes ne sont pas irréversibles.

De même, il faut que les entreprises créées ou rachetées soient productives et qu'elles aient recours à différentes technologies et processus, notamment les nouveaux processus issus d'innovation managériale, et surtout l'innovation appuyée ou non par des activités de R-D[14], favorisant la distinction et donc la compétitivité. Les entreprises les plus compétitives et aptes à assurer leur performance dans un environnement fortement concurrentiel sont des organisations flexibles et participantes recourant, par exemple, aux équipes semi-autonomes qui peuvent générer une foule

14. Longtemps considérés comme indispensables aux innovations, les efforts et ressources alloués aux activités de recherche et développement semblent avoir des répercussions plus subtiles et moins directes. Les activités de R-D créent un environnement propice aux remises en question et amènent le personnel à développer ses capacités à travailler dans des contextes d'incertitude où l'issue de ces efforts n'est pas toujours connue ni convenue. Les entreprises qui possèdent ces aptitudes et où le personnel est flexible et pas réfractaire au changement arriveront à innover sans R-D (pour une synthèse sur ce sujet, voir St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka, 2013).

de petites innovations pour soutenir cette compétitivité. Elles sont particulièrement attentives à la mise en valeur de leur capital intellectuel et ont une approche de travail plutôt collégiale en impliquant leur personnel, mais aussi différents partenaires externes dans leurs activités et leurs décisions stratégiques. Elles sont aussi très « informées », en recueillant de l'information de différentes sources pour leur permettre de voir loin en avant et être proactives plutôt que réactives vis-à-vis d'un environnement turbulent. Plus les entreprises sont compétitives, plus elles peuvent accéder à des marchés régionaux, mais aussi nationaux et internationaux. Favoriser l'expansion des entreprises à l'étranger constitue un avantage pour la région grâce à une augmentation de l'activité et du niveau de compétitivité.

Enfin, on trouve en grande partie toutes les ressources complémentaires, notamment les ressources informationnelles comme les réseaux et le capital social ou autres facilités, y compris l'aide gouvernementale complétant les ressources des entreprises à moins de les restreindre. Comme on l'a vu, plusieurs des modèles mettent l'accent sur la présence d'une culture entrepreneuriale forte qui permet aux esprits d'entreprendre plus facilement alors que les idées se multiplient et se propagent aisément et les ressources pour les appliquer sont plus disponibles. Si les infrastructures régionales ne répondent pas aux besoins des PME les plus dynamiques, celles-ci peuvent néanmoins compter sur le capital social qui peut les guider hors de la région pour obtenir ce dont elles ont besoin.

On en revient au modèle de Carree et Thurik (2005), mais en posant la question de la dynamique entrepreneuriale, où comment les divers éléments se combinent pour graduellement ou rapidement créer une atmosphère industrielle, favorable à l'entrepreneuriat ? Ou encore, on applique l'équation d'Harold-Domar-Solow-Romer, complétée par Audretsch et Keilbach, mais en précisant les éléments clés des variables selon l'équation suivante :

$$Y = f\,[K = f'\,(T + I),\ L = f''\,(F),\ A = f'''\,(R),\ E = f''''\,(R + K_s)]$$

où le capital K est soutenu par la technologie T et l'innovation I, le travail L est favorisé par la formation initiale et continue *f*, les connaissances A sont développées par le partage systématique de l'information collective dans les réseaux R, et enfin, la fonction entrepreneur est favorisée par ces réseaux R, mais aussi par le capital social $K_s$.

C'est ce dont nous parlerons maintenant au chapitre suivant avec quelques exemples d'application dans divers territoires.

Chapitre 4

# Quelques applications récentes[1]

*Les nations de nos jours ne sauraient faire que dans leur sein les conditions ne soient pas égales ; mais il dépend d'elles que l'égalité les conduise à la servitude ou à la liberté, aux lumières ou à la barbarie, à la prospérité ou aux misères.*

Alexis de Tocqueville, 1835, tome 2, partie 4, chap. VIII, p. 547

En parallèle ou à la suite des modèles ou des cadres d'analyse présentés au chapitre précédent, plusieurs chercheurs ont tenté de mesurer l'importance de ces différentes variables. Ils l'ont fait soit pour comprendre l'entrepreneuriat territorial, soit pour tenter d'expliquer les différences entrepreneuriales entre des pays. La plupart ont tenu compte tant des variables ou déterminants macroéconomiques que microéconomiques. Commençons par les analyses touchant la création d'entreprises ou l'importance de celles-ci pour ensuite passer à celles portant sur l'innovation et les opportunités.

1. Une bonne partie des pages qui suivent sont inspirées de P.-A. Julien, *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2005, p. 85-91.

## 4.1. Les analyses empiriques portant sur la création d'entreprises

Dans la création d'entreprises, nous pouvons distinguer des analyses macro et mésoéconomiques intégrant les variables environnementales, de celles plus microéconomiques touchant les variables ou les comportements des entrepreneurs et de leur organisation.

### 4.1.1. Les analyses macro et mésoéconomiques

Dans une étude portant sur la création et la disparition des entreprises dans 382 petites régions américaines, Reynolds, Miller et Maki (1995) ont montré que la croissance de la population, la densité de celle-ci, de même que le tissu industriel comprenant une bonne part de PME, ont un effet très net sur la création d'entreprises, sur leur taux de mortalité et, donc, sur la *volatilité* des PME. Une diversité sectorielle, de fortes opportunités de carrière (mesurées par le niveau d'instruction de la population et la part de gestionnaires et de professionnels dans la population régionale), la modernisation de l'industrie dans de nouveaux secteurs et une bonne flexibilité de la main-d'œuvre pour satisfaire les besoins des nouvelles entreprises, ont aussi des effets positifs majeurs. Par contre, un taux de chômage élevé a peu d'incidence. De même, de faibles coûts de production, la présence d'institutions publiques et des infrastructures développées et variées, du soutien et de bonnes capacités de R-D ne semblent pas avoir d'influence particulière sur la création d'entreprises.

En 2000, le Finlandais Kangasharju a repris l'analyse précédente de Reynolds et son équipe à l'aide de deux modèles économétriques pour l'appliquer à cinq pays européens, soit l'Allemagne, la France, l'Italie, l'Irlande et le Royaume-Uni. Pour être plus explicites, ces auteurs ont quantifié, plus ou moins intuitivement, la création de nouvelles entreprises, mais en tenant aussi compte du niveau de discrimination statistique en utilisant une échelle de 0 à 5. Nous pouvons voir au tableau 4.1 les résultats de cette analyse : selon les techniques utilisées, les variables les plus importantes

**Tableau 4.1**
Déterminants clés de la création d'entreprises dans les États américains et dans cinq pays européens (Allemagne, France, Italie, Irlande et Royaume-Uni)

| | Variable dépendante : création d'entreprises par 1 000 habitants | | |
|---|---|---|---|
| | Résultats de Reynolds, Miller et Maki (1995) (États américains) | Cinq régressions des variables croisées de Kangasharju (2000) (5 pays européens ; 1re régression) | Modèle appliqué à un groupe d'entreprises par Kangasharju (2000) (5 pays européens ; 2e régression) |
| **Croissance de la demande** | | | |
| Croissance du PIB par habitant | +/– | –1 | 0 |
| Immigration et croissance de la population | +5 | +3 | 0 |
| **Structure industrielle** | | | |
| Part importante des petites entreprises | +5 | +5 | +5 |
| Diversité sectorielle | +2 | | |
| Part de secteurs nouveaux | +/– | | |
| **Politiques publiques** | | | |
| Présence d'un gouvernement interventionniste | +/– | +/– | +1 |
| Dépenses du gouvernement local | –1 | –1 | –5 |
| Capacités en R-D | +/– | | |
| **Chômage** | | | |
| Taux de chômage | +/– | +2 | +/– |
| Variation du taux de chômage | +/– | +2 | 0 |
| **Structure démographique** | | | |
| Densité de la population | +3 | +1 | 0 |
| Pourcentage de la population propriétaire | –2 | 0 | 0 |

**Tableau 4.1** (*suite*)

| | Variable dépendante : création d'entreprises par 1 000 habitants | | |
|---|---|---|---|
| | Résultats de Reynolds, Miller et Maki (1995) (États américains) | Cinq régressions des variables croisées de Kangasharju (2000) (5 pays européens ; 1re régression) | Modèle appliqué à un groupe d'entreprises par Kangasharju (2000) (5 pays européens ; 2e régression) |
| Diversité du statut social | –4 | | |
| Part des gestionnaires et des professionnels | +/– | | |
| Niveau d'instruction de la main-d'œuvre | +/– | | |
| Flexibilité de la main-d'œuvre | +1 | | |

Note : Échelle ordinale de 0 (aucune influence) à 5 (très forte influence), influence soit positive (+), soit négative (–), soit plus ou moins neutre (+/–).

sont la part des petites entreprises existant dans la région (et donc le mécanisme d'autoformation des futurs entrepreneurs de même que la présence de modèles entrepreneuriaux pour eux), la croissance du marché mesurée par l'augmentation de la population, l'immigration et, enfin, la densité de la population. Le taux de chômage ou sa variation de même que la présence d'un gouvernement interventionniste dans la région sont soit neutres, soit positifs, selon la technique utilisée.

Les autres variables ont un effet soit négatif, soit neutre. Ainsi, la croissance des PIB par habitant, à l'encontre des travaux américains, ne semble pas jouer[2] puisque les marchés extérieurs peuvent très bien compenser ceux de l'intérieur. De même, de fortes dépenses du gouvernement local entraînant souvent des taxes plus élevées seraient neutres ou fortement négatives. La capacité d'épargne des habitants, et donc leur

2. Il est vrai que la période étudiée par Kangasharju était touchée par la forte récession des années 1990-1993. Pour sa part, Grant (1996) a calculé une forte relation entre le niveau de revenu national brut et les différences dans l'incorporation de nouvelles entreprises dans 48 États américains contigus.

capacité d'investir dans de nouvelles entreprises[3] (Storey, 1994), correspondant à la part des ménages propriétaires de leur logement, n'ont guère plus d'effet. Enfin, la diversité du statut social et la flexibilité de la main-d'œuvre seraient positives, fortement dans le premier cas et moins importante dans le deuxième. Ajoutons que dans ses analyses, Kangasharju (2000) a aussi vérifié l'incidence de la disponibilité de la main-d'œuvre et du niveau d'instruction de la population, sans plus de résultat. Nous devons toutefois préciser que les mesures qu'il a utilisées étaient relativement grossières, les données n'étant pas toutes disponibles ou comparables pour ces différents pays.

Pour leur part, dans une étude appliquée aux régions hollandaises sur l'importance du nombre d'entreprises par 100 000 habitants, Bosma, Wennekers et De Wit (2001) montrent que la croissance du revenu par habitant (et non son niveau), l'importance des inégalités de ces derniers[4], la diversité dans la structure industrielle, la profitabilité des entreprises et l'aide gouvernementale à la création de nouvelles entreprises sont les variables qui expliquent le mieux les différences régionales en ce qui concerne la création d'entreprises.

Acs, Desai et Klapper (2008), en comparant le nombre d'entreprises par habitant dans 17 pays industrialisés, ont trouvé que les différences s'expliquaient avant tout par l'importance des dépenses en R-D (pondérées par le PIB), suivies par la proportion de jeunes (de 30 à 44 ans, les plus susceptibles de devenir entrepreneur) dans la population et la croissance économique. Cependant, l'implantation de nouvelles entreprises serait limitée par le niveau de l'impôt sur les revenus

3. Storey (1994) avait aussi retenu cette variable, puisqu'il est vrai qu'un certain nombre de petits entrepreneurs hypothèquent leur domicile pour obtenir des fonds de démarrage, comme l'ont montré St-Pierre et Fadil (2011).

4. S'expliquant par une certaine concentration des revenus pour pouvoir investir dans les créations d'entreprises.

personnels (et non le niveau de l'impôt sur les entreprises, ce qui est quelque peu surprenant) et le niveau des salaires (un plus faible niveau facilitant le démarrage d'entreprise)[5].

De leur côté, Rotefoss et Kolvereid (2005), en étudiant le dynamisme en création d'entreprises des régions norvégiennes et en distinguant les entrepreneurs souhaitant se lancer de ceux naissants ou débutants[6], mesurent aussi l'importance de quelques-uns de ces déterminants. Pour eux, toutefois, la variable la plus importante est l'expérience antérieure de l'entrepreneur ; l'incidence des autres variables (croissance de la population, taux de chômage, spécialisation industrielle, poids des politiques d'intervention, etc.) diffère selon le type d'entrepreneur (souhaité, naissant ou débutant). D'autres variables n'auraient aucune influence, comme le niveau d'éducation des futurs entrepreneurs, le niveau d'urbanisation et les disponibilités financières.

Enfin, Binet, Facchini et Koning (2010) ont appliqué leur analyse sur les grandes régions françaises. Ils ont trouvé cinq variables stimulant l'entrepreneuriat régional, soit l'importance des revenus par habitant, la part de la population de 30 à 45 ans, l'aide de l'État, l'importance des dépenses en recherche et développement, et enfin l'importance des PME dans le développement régional. Par contre, un taux de chômage élevé va à l'encontre de la dynamique entrepreneuriale.

Le tableau 4.2 résume ces quatre dernières analyses.

5. Sans que les auteurs expliquent ces différences, les résultats variant fortement selon qu'ils utilisent des données plus récentes, soit celles de 1990 à 1998 ou celles de toute la période étudiée (1981 à 1998), les variables positives les plus significatives étant les dépenses en éducation et les hauts salaires.

6. Pour ce chercheur, ceux qui souhaitent se lancer dans une création se distinguent de ceux dits naissants ou débutants qui n'ont pas encore mis en marche leur entreprise, étant encore à la phase de réflexion dans ce but. Les entrepreneurs naissants sont ceux qui ont entrepris des démarches alors que les débutants ont lancé leur entreprise.

**Tableau 4.2**
Déterminants clés du nombre relatif d'entreprises dans différentes régions européennes

| | Variable indépendante – Auteurs et régions | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Nombre d'entreprises par 100 000 habitants | Nombre d'entreprises par habitant | Nombre d'entreprises par 10 000 habitants | Nombre d'entreprises par 10 000 habitants |
| | Bosma, Wennekers et De Wit (2001) | Acs, Desai et Klapper (2008) | Rotefoss et Kolvereid (2005) | Binet, Facchini et Koning (2010) |
| | Régions hollandaises | 17 pays industrialisés | Régions norvégiennes | Régions françaises |
| **Croissance de la demande** | | | | |
| Croissance du PIB par habitant | + | + | | + |
| Inégalité des revenus | + | | | |
| Taux de chômage | | | – | – |
| **Démographie** | | | | |
| Part de la population des 30 à 44 ans | | + | | + |
| Croissance démographique | | | + | |
| **Comportements gouvernementaux** | | | | |
| Aides gouvernementales à la création d'entreprises | + | | + | + |
| Niveaux des impôts personnels | | – | | |
| **Structure industrielle** | | | | |
| Diversité de la structure industrielle | + | | + | |
| Importance des PME dans l'économie | | | + | |
| Expérience des entrepreneurs | | | | + |
| Importance des dépenses en R-D | | + | | + |
| Profitabilité des entreprises | + | | | |
| Haut niveau des salaires | | – | | |

Quant au modèle du Global Entrepreneurship Monitor (GEM), développé en 1997 par une équipe autour de Paul Reynolds (Reynolds *et al.*, 2000 ; Bosma *et al.*, 2007), même s'il peut apparaître comme l'un des plus importants, puisqu'il est appliqué à plus d'une soixantaine de pays représentant près de 70 % de la population mondiale et 87 % du PIB mondial, et qu'il est soutenu par un questionnaire étendu auprès de la population et auprès d'une centaine d'experts, il pose de nombreux problèmes tant méthodologiques qu'empiriques. S'il tient compte des *créations réelles* de plus de 3 mois et de moins de 42 mois, il s'arrête aussi aux toutes jeunes entreprises en démarrage, ce que les chercheurs appellent les entrepreneurs *naissants*.

Par exemple, si une famille entière est impliquée dans une création, tous ses membres peuvent être comptabilisés comme des entrepreneurs s'ils font partie de l'échantillon, à l'encontre d'une entreprise créée par une seule personne. De même si un entrepreneur travaille sur la création de plus d'une entreprise ou en dirige plus d'une, le résultat donne une seule entreprise dans les données.

De plus, la valeur des déterminants tirés de l'enquête auprès des *experts* en entrepreneuriat est fortement influencée par les perceptions du moment, le poids d'événements particuliers[7] ou, encore, le degré d'optimisme, les différences culturelles[8] (Langford, Josty et Holbrook, 2013, p. 17) et les comportements de chaque pays, générant ainsi des réponses

7. Comme deux ou trois grandes entreprises qui ferment ou viennent s'établir dans le pays, ou encore une crise comme celle ayant causé un arrêt brusque de la construction résidentielle, comme ce fut le cas en 2008 notamment en Catalogne, laissant encore en 2014 plusieurs milliers d'appartements vides autour de Barcelone.

8. Ce qui a amené certains chercheurs à souhaiter séparer le groupe de pays à économie efficiente entre ceux dits néolibéraux, comme les États-Unis, le Canada et le Royaume-Uni, et les autres pays européens industrialisés. Mais une telle division n'a donné aucun résultat satisfaisant.

fort différentes ; d'autant que ces perceptions proviennent d'une enquête téléphonique reposant sur une vision très ponctuelle de la situation économique ou des changements en cours.

Indépendamment de ces faiblesses, les résultats de l'étude du GEM s'arrêtent à bon droit à des variables tant quantitatives que qualitatives. Dans les variables quantitatives, on trouve la jeunesse de la population, le sexe, les femmes étant moins entrepreneures dans certains pays contrairement à d'autres comme dans plusieurs pays africains subsahariens. De plus, lorsque l'économie croît rapidement, les entrepreneurs potentiels sont incités à s'exprimer par de nouvelles entreprises. Un bon niveau d'éducation est aussi favorable non seulement pour les nouvelles entreprises, mais aussi pour une plus grande capacité d'absorption de l'information favorisant l'innovation. Dans les variables qualitatives, on s'arrête aux attitudes envers l'entrepreneuriat dans la population, que celles-ci soient plus ou moins forcées, comme dans le cas des pays en développement où l'emploi est particulièrement rare, ou qu'elles soient plus ou moins encouragées par le milieu environnant, sinon la famille[9] ; ces attitudes peuvent cependant être négatives comme lorsque la culture met l'accent sur la peur, sinon l'opprobre de la faillite. L'expérience joue aussi un rôle important dans le succès des entreprises, ce qui encourage le mentorat pour aider les jeunes entrepreneurs à profiter de l'aide d'un mentor.

Une des variables souvent retenues pour mesurer l'entrepreneuriat est l'importance du taux de chômage qui peut inciter des chômeurs à créer leur propre emploi tout en diminuant la demande rendant cette création plus difficile. C'est pourquoi Golpe et Van Stel (2008) ont tenté d'estimer ces effets contradictoires sur la création d'entreprises dans 18 régions espagnoles, effets contradictoires qu'on peut aussi retrouver dans d'autres

9. Comme on le voit malheureusement dans des familles de pays pauvres qui ramassent leurs sous pour payer les coûts du passage d'un des membres de la famille vers un pays industrialisé, avec tous les énormes risques que ce passage comporte, pour qu'il puisse ensuite envoyer une part de ses revenus pour faire vivre la famille qui, sans cela, mourrait de faim.

variables et dont nous discuterons au chapitre suivant. En effet, le chômage tend généralement à inciter un certain nombre de travailleurs licenciés qui ne peuvent rapidement se reclasser à créer leur propre emploi, notamment comme travailleur autonome ; ils tentent d'offrir leur savoir et leur expérience à de nouveaux clients (ce qu'on appelle l'*effet refuge*).

Évidemment, contrairement à la dichotomie du GEM, opposant la création *par opportunité* à celle *par nécessité*, cette pression exercée sur le chômeur pour créer son propre emploi suppose l'existence d'une idée d'entreprise nécessaire pour se lancer en affaires : on ne crée pas n'importe quelle affaire du fait de se retrouver au chômage. Cette idée peut être floue ou présente uniquement dans le subconscient des travailleurs avant d'être licenciés ; elle se consolide durant les premiers mois de chômage pour finalement être appliquée. S'il n'y avait cette idée, tous les chômeurs créeraient leur propre emploi en ne cherchant pas à profiter longtemps de l'assurance-chômage qui existe dans la plupart des pays industrialisés[10] ; ce qui n'est évidemment pas le cas. En contrepartie, le chômage peut s'expliquer par le ralentissement économique, ce qui rend plus difficile la création de nouvelles entreprises (*effet entrepreneurial*). À noter que les deux effets, *refuge* et *entrepreneurial*, peuvent être différemment décalés dans le temps, notamment avec les PME qui ont beaucoup plus de difficulté que les grandes entreprises à licencier durant les crises (Torrès, 2009). Ajoutons aussi qu'il est généralement plus facile de créer son propre emploi pour les chômeurs plus instruits et qu'on les retrouve fréquemment en plus grand nombre dans les régions avec de plus hauts revenus, puisqu'il existe une corrélation entre revenus élevés et travailleurs plus instruits dans les pays industrialisés, ce sur quoi insistent Quatraro (2010) et Andersson et Johansson (2010). Quelques études en arrivent toutefois

10. Dans la même logique, cette absence d'aide automatique post-licenciement, telle l'assurance-chômage, expliquerait par ailleurs que les pays les plus entrepreneuriaux dans le modèle GEM sont des pays en développement, comme on peut le voir dans le rapport de 2012 (Xavier *et al.*, 2013) comme la Zambie, le Ghana, l'Ouganda, le Malawi, le Nigeria et l'Angola, avec des TEA de plus de 30 % de la population contre moins de 15 % dans les pays industrialisés.

à des résultats contraires (Uhlaner, Thurik et Hutjes, 2002) pour les personnes peu qualifiées et donc incapables de se trouver un emploi salarié qui doivent créer leur propre emploi, comme on le voit en particulier dans les pays en développement ou, par exemple, accepter des emplois de vente à domicile dans les pays industrialisés.

Mais l'analyse de Golpe et Van Stel retient la première proposition : plus une région espagnole compte de travailleurs instruits, plus elle crée de nouvelles entreprises, tel à La Rioja avec en même temps un taux de chômage faible durant les périodes étudiées, soit 1979, 1989 et 2001. Mais, la relation n'est pas évidente partout, puisque dans le cas de la Galice, par exemple, la région a créé le plus de microentreprises durant les trois périodes, alors que le chômage était faible au début, mais a fortement augmenté ensuite. Ce qui démontre à nouveau la complexité de la réalité et des analyses.

Enfin, le modèle de Larsen (2008) a été appliqué au Danemark pour mesurer les déterminants, ou ce qu'il appelle les *conditions-cadres*, sur l'état et le développement de son activité entrepreneuriale, comparés à d'autres pays de l'OCDE. Cette application porte sur les nouvelles entreprises qui ont été lancées entre 1997 et 2001 avec au moins 15 employés et qui sont encore en affaires en 2003.

Cette analyse a permis de distinguer et de prioriser ces conditions-cadres ou meilleures pratiques entrepreneuriales de trois pays industrialisés considérés par Larsen comme les plus performants en matière de création d'entreprises au début du XXIe siècle, soit la Corée du Sud, le Canada et les États-Unis, constituant la norme de référence pour les autres pays.

La comparaison a permis d'identifier six facteurs ayant une forte corrélation avec la performance entrepreneuriale. Ces facteurs sont classés hautement prioritaires dans la politique de ces trois pays de référence et montrent que le Danemark est loin derrière pour au moins trois de ces facteurs, soit un fort niveau de formation des entrepreneurs, des conditions

facilitatrices de démarrage et un faible niveau d'impôt sur les revenus personnels. Par contre, le Danemark dépasse les trois pays en matière de disponibilité du capital de risque tout en étant au même niveau concernant le faible poids de la régulation du marché du travail et l'accès plus facile aux marchés étrangers. Un test de sensibilité a permis de montrer qu'un haut niveau d'éducation, de très bonnes conditions de démarrage avec un minimum de contraintes et de plus faibles impôts sur le revenu des particuliers expliquent pour plus de 95 % des résultats. L'accès au capital de risque est un peu moins sensible, n'expliquant que 75 % des différences. Toutefois, la question du temps joue un rôle important dans ces variables dans la mesure où 3 à 5 ans sont nécessaires pour que des améliorations de ces conditions puissent avoir un effet important sur la performance. À noter que cette question du temps est très importante et affecte toutes les analyses abordées dans ce chapitre, même s'il est très difficile de prendre en compte cet élément. Le tableau 4.3 récapitule ces résultats.

Le modèle de Larsen permet aux décideurs politiques de comparer leur environnement d'affaires par rapport à celui de pays plus performants. Il montre également les éléments permettant de mieux soutenir la croissance de la productivité et d'aider les décideurs à prioriser leurs interventions.

Enfin, dans l'étude de Binet, Facchini et Koning (2010) touchant les régions françaises, on retient la densité de la population, l'âge moyen, la structure industrielle et notamment l'importance des PME dans l'emploi, puisque comme nous l'avons rappelé à plusieurs reprises, les PME constituent la meilleure école pour les futurs entrepreneurs.

**Tableau 4.3**
Performance entrepreneuriale et conditions-cadres dans les trois pays les plus performants, selon l'analyse de Larsen (2008)

| | Faible corrélation avec la performance entrepreneuriale | Forte corrélation avec la performance entrepreneuriale |
|---|---|---|
| **Haute priorité pour les trois pays les plus performants en matière de création d'entreprises** | – Impôt bas sur les sociétés<br>– Législation facile sur les faillites<br>– Taxes faibles sur les richesses et donations<br>– Charges administratives faibles | – Bon niveau de formation en entrepreneuriat<br>– Bonnes facilités de redémarrage<br>– Impôts faibles sur les revenus personnels<br>– Capital de risque disponible<br>– Régulation faible du marché de travail<br>– Bon accès aux marchés étrangers |
| **Faible priorité pour ces trois pays** | – Bonnes facilités de sortie du marché<br>– Impôt faible sur le capital<br>– Programmes gouvernementaux importants<br>– Bonne formation en gestion<br>– Bonnes facilités d'emprunts<br>– Transfert technologique facilité | – Culture/motivation à entreprendre<br>– Faibles barrières à l'entrée |

### 4.1.2. Les analyses microéconomiques

Pour terminer cette analyse des déterminants touchant la création ou le nombre d'entreprises, ajoutons quelques études portant sur les facteurs microéconomiques ou internes aux PME, facteurs quelque peu effleurés dans l'analyse de Acs *et al.* (2005). Par exemple, les chercheurs français Abdesselam, Bonnet et Le Pape (2000), en retenant 29 variables internes aux entreprises, ont essayé d'expliquer les taux de survie après quatre ans de 23 013 firmes françaises dans 22 régions et 4 départements outre-mer.

Ces variables touchaient aussi bien l'âge de l'entrepreneur, son emploi actif antérieur, son niveau d'éducation, ses sources de financement les plus importantes, l'expérience qu'il avait acquise dans ses activités antérieures, ses connaissances et son expérience pratique du milieu entrepreneurial (par exemple, comme cadre, employé, gérant ou partenaire d'une firme). La conclusion de cette analyse explique que la survie d'une jeune firme repose indirectement sur l'existence chez l'entrepreneur d'aptitudes initiales et donc de sa maîtrise de la tâche et de son savoir-faire dans la fonction entrepreneuriale, mais avant tout sur son expérience antérieure dans le même secteur, comme l'avaient déjà noté Dunkelberg et Cooper (1982) et comme le notent encore les rapports d'OSEO (2005, 2007). Ce qui voudrait dire que de bons futurs entrepreneurs doivent surtout être issus des cadres d'entreprises, notamment des PME, aidés par une formation universitaire. C'est ce que montre d'ailleurs la relation trouvée entre la forte présence territoriale de PME et une forte création nouvelle, comme nous l'avons vu dans les travaux de Reynolds, Miller et Maki (1995), Kangasharju (2000) ou Binet, Facchini et Koning (2010).

Finalement, plusieurs chercheurs, à la suite de l'analyse de Schumpeter, ont rappelé l'importance de l'innovation et de la saisie d'opportunités pour créer une entreprise lui permettant de se distinguer de ses concurrents (North et Smallbone, 2000). Ainsi, l'entreprise qui démarre avec une stratégie axée sur la qualité plus que sur les prix (Storey, Watson et Wynarczyk, 1989), sur la spécialisation des produits (Stratos Group, 1990) ou encore sur un créneau distinctif (Woo *et al.*, 1989) aura plus de chances de s'en sortir. Ajoutons toutefois qu'il y a toutes sortes d'innovations et plusieurs manières de l'organiser. D'autres études ont aussi souligné que le fait qu'une entreprise s'installe à la campagne plutôt qu'à la ville la rend moins innovatrice ; mais cette vision a été contredite par des études plus récentes (Audretsch et Fritsch, 1994 ; Julien, Beaudoin et Njambou, 1999). Ashcroft, Love et Malloy (1991) ont même montré qu'au contraire, les PME des petites régions rurales britanniques réussissaient mieux au chapitre de l'innovation que celles des régions urbaines. Comme le montre aussi l'étude de St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka (2013), les entreprises

localisées dans certaines régions rurales et moins nanties en ressources de toutes sortes arrivent à innover et à se distinguer, en utilisant des façons de faire différentes. Enfin, Siegel, Siegel et McMillan (1993) ont trouvé que les entreprises créées en équipe, de plus en plus nombreuses aux États-Unis (Cooper *et al.*, 1990), mais aussi en France (Chabaud et Condor, 2009) ou encore au Québec (Borges, Filion et Simard, 2008), avaient plus de chances de survivre que celles lancées par un seul entrepreneur.

## 4.2. Les analyses sur les déterminants de l'innovation et des opportunités

L'approche de Schumpeter nous incite maintenant à discuter des déterminants de l'innovation et des opportunités. Comme nous l'avons expliqué précédemment, l'innovation et la saisie ou le développement d'opportunités, en augmentant la distinction et en assurant une meilleure compétitivité des entreprises locales, leur permettent non seulement de survivre, mais aussi de développer leur marché hors région et d'augmenter ainsi l'emploi (North et Smallbone, 2000). Toutefois, selon les différents modèles économiques utilisés, cette relation n'est pas toujours claire. Si elle est positive chez Acs et Armington (2004) et Bosma *et al.* (2007), elle est nulle chez Audretsch et Fritsch (2002) et Acs et Mueller (2008) et même négative chez Van Stel, Carree et Thurik (2005) ou Acs et Mueller (2008). Cette ambiguïté provient d'une part des firmes retenues dans les applications, comme dans le cas de Wong, Ping Ho et Autio (2005) ou de Stam, Audretsch et Meijaard (2006) qui ont étudié les entreprises à forte croissance indiquant un effet très positif de l'innovation. Alors que Carree et Thurik (2005) ont surtout étudié le travail indépendant qui ne montrait pas d'effet significatif entre innovation et croissance. De même, Callejón et Segarra (1999) ou encore Audretsch et Keilbach (2005), se limitant à étudier uniquement les nouvelles firmes, ont constaté un effet neutre entre innovation et croissance. D'autre part, toutes ces études s'en sont tenues à l'innovation formelle, alors que les petites entreprises se consacrent surtout à l'innovation informelle.

Nonobstant cette importante limite, Stam (2008) résume les effets mesurés dans ces différentes études (tableau 4.4). Il montre que l'innovation a un effet toujours positif sur l'augmentation du revenu national, alors que sur la croissance de l'emploi ou de la productivité, la relation est plus ambiguë.

**Tableau 4.4**
Entrepreneuriat, innovation et croissance économique dans des pays de l'OCDE

| | Emploi | Revenu national | Productivité |
|---|---|---|---|
| **Travail autonome** | + / 0 | + | 0 |
| **Création de nouvelles firmes** | + / 0 / – | + | + / 0 |
| **Créations de PME à forte croissance (gazelles)** | + / 0 | + | X |

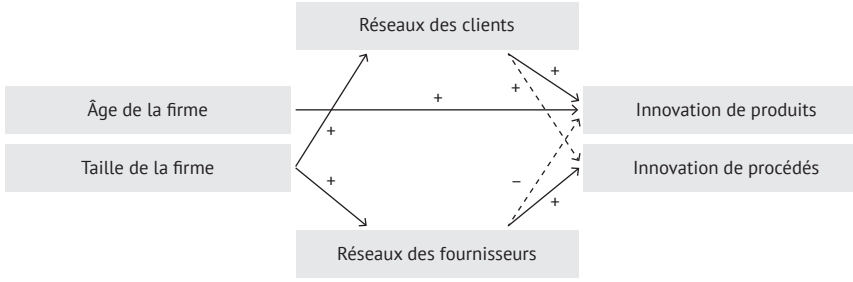
Légende : + = relation positive statistiquement significative ; – = relation négative statistiquement significative ; 0 = relation neutre statistiquement significative ; X = pas de recherche empirique.
Source : Stam (2008).

Dans le cas du modèle de Mole et Worrall (2001), leurs principaux résultats empiriques indiquent que l'innovation et la saisie d'opportunités sont associées à plus de concurrence régionale, mais aussi à de meilleures possibilités du côté de l'exportation. Elles servent aussi à transformer l'environnement d'affaires en multipliant les liens avec d'autres organisations (fournisseurs locaux, universités, etc.), ce qui encourage encore plus l'innovation et le développement de nouvelles compétences nécessaires au maintien de la compétitivité des entreprises et de celle de leur région.

Quant à l'étude de Winters et Stam (2007) sur l'effet des réseaux informationnels, les principaux résultats montrent que leur diversité, mais aussi leur qualité, jouent un rôle très important dans l'innovation et les opportunités. Toutefois, l'effet diffère selon le type de réseau. Par exemple, le réseautage avec les clients favorise le développement de produits, alors qu'avec les fournisseurs, il concerne plutôt l'innovation de procédés. L'âge jouerait aussi sur les résultats, l'innovation de procédés étant plus importante chez les nouvelles firmes, alors que l'innovation de produits

se retrouve surtout chez les entreprises plus aguerries et plus grandes. Mais la petite taille des entreprises n'est pas un désavantage pour l'innovation de procédé ou de produit aussi longtemps que les firmes entretiennent des liens importants avec d'autres organisations, incluant les fournisseurs et les clients. On peut voir les résultats de cette étude à la figure 4.1.

**Figure 4.1**
Modèle empirique de Winters et Stam (2007)




Ces résultats touchant le réseautage sont complétés par l'étude synthèse de Meeus, Oerlemans et Kenis (2008). Dans les études qu'ils ont recensées, ces chercheurs expliquent que le réseautage avec des concurrents est beaucoup moins efficace pour l'innovation que ne le sont les liens avec des organisations comme les universités ou les collèges. De même, plus l'entreprise a de l'expérience en coopération, plus cette coopération est efficace pour conclure des alliances à des fins d'innovation. L'expérience avec les mêmes partenaires permet d'accroître la confiance entre eux et de mieux apprendre des expériences passées. Il y aurait donc un effet positif à l'expérience antérieure avec des partenaires ou encore avec le nombre d'alliances passées touchant le niveau d'innovation. C'est ce que confirment l'analyse de Julien, Andriambeloson et Ramangalahy (2004) ou encore l'étude en profondeur de St-Pierre, Trépanier et Razafindrazaka (2013).

Dans ce réseautage, le positionnement, l'étendue et la densité des réseaux influent sur leur efficacité : plus la firme occupe une position centrale dans les réseaux, plus ils sont efficaces du point de vue

de l'innovation ; plus les membres des réseaux sont dissemblables, plus ils sont complémentaires, mieux ils partagent de l'information nouvelle ; plus les interactions sont riches, plus elles favorisent un comportement orienté vers l'innovation (Julien, Lachance et Morin, 2004). On pense aussi que la distance entre les membres des réseaux joue un rôle important, comme l'avait déjà démontré Watts (1999)[11] : moins il y a d'intermédiaires, plus les gens sont familiers entre eux, plus les échanges sont denses et informels, plus ils sont porteurs d'informations pouvant déboucher sur l'innovation.

Il existe toutefois une controverse autour de la relation entre la force des liens interorganisationnels dans les réseaux et l'innovation. Une majorité d'études empiriques rapportent un effet positif de la force des liens dans ces réseaux, alors que d'autres ne trouvent aucun lien statistiquement significatif ou, encore, notent un impact négatif (Gilsing et Nooteboom, 2005). On serait en présence d'une évolution en forme de U, démontrant que trop de familiarité diminue l'apport d'informations nouvelles, mais que trop de distance empêche une communication d'informations tacites et porteuses d'innovation.

Le tableau 4.5 résume les principaux résultats de cette synthèse. Dans la majorité des cas, les relations entre les caractéristiques du réseau et l'innovation des organisations sont confirmées, en particulier la centralité[12], l'étendue, le type d'acteurs et les liens répétés. Dans d'autres cas,

11. Watts expliquait que des réseaux conduisant à l'idée de « petits mondes » (comme dans le cas de rencontre fortuite d'amis dans un autre pays, nous faisant dire que « le monde est petit »), augmente la confiance et permet des échanges d'informations tacites porteuses d'idées nouvelles.

12. La centralité s'explique par le fait que les entrepreneurs se retrouvent plus ou moins au cœur des réseaux, comme le fait d'être membre de la direction ou même le président d'une organisation sectorielle, faisant en sorte que la plus grande partie des informations passe par cette direction. Quant à l'étendue, cette caractéristique porte sur le nombre de membres du réseau de plus en plus éloignés, notamment géographiquement, du noyau permettant à ce dernier d'obtenir de l'information sur un ou des marchés plus larges et ainsi de mieux comprendre, par exemple, l'évolution de la concurrence et de la technologie.

les résultats ne sont pas concluants, notamment pour ce qui touche la densité, la force des liens (forts ou faibles), les réseaux « petit monde » et les liens antérieurs.

**Tableau 4.5**
Principaux résultats de l'impact des caractéristiques des réseaux sur l'innovation

| Caractéristiques des réseaux | Hypothèse de relation entre les caractéristiques des réseaux et l'innovation | Principaux résultats de la recherche |
|---|---|---|
| **Nœud et caractéristiques des relations** | | |
| Type de sources : concurrents | + | Confirmé |
| Type de sources : acteurs institutionnels | + | Confirmé |
| **Expérience de collaboration (alliances)** | | |
| Liens antérieurs | + | Rejeté |
| Liens répétés avec les mêmes partenaires | + | Confirmé |
| **Caractéristiques des réseaux** | | |
| Centralité[1] (selon différentes mesures) | + | Confirmé |
| Densité[2] de réseaux | + | Non concluant |
| Étendue (taille, sources dissemblables, capacité à fournir de l'information complexe) | + | Confirmé |
| **Configuration structurale des liens dans les réseaux** | | |
| « Petits mondes » (Watts, 1999) | + | Rejeté |
| Moins d'intermédiaires, plus d'échanges informels | + | Confirmé |
| **Intensité de réseaux basée sur les efforts collectifs des membres** | | |
| Force des liens (forts ou faibles) | Inversée ou en forme de U | Non concluant |
| Complexité | + | Non concluant |

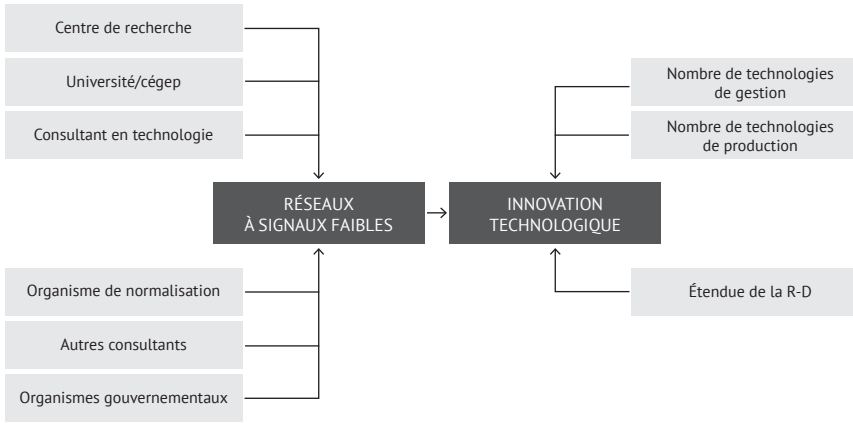
1. La centralité explique le fait que plus on dirige un réseau, plus notre position est centrale.
2. La densité se mesure par le nombre de liens entre les sources ou d'acteurs participant au réseau.

Les réseaux jouent aussi un rôle dans l'innovation sur le plan de la gestion, comme l'implantation de pratiques de qualité totale. Dans leur analyse, Mol et Birkinshaw (2009) mettent l'accent sur l'importance des réseaux en ce qui concerne l'innovation managériale. L'interaction des réseaux internes et professionnels avec les réseaux externes constitue une source essentielle de combinaisons de nouvelles idées ou d'informations susceptibles de favoriser cette innovation managériale. À la condition, toutefois, que l'organisation soit capable d'absorber les nouvelles idées et accepte de les mettre en pratique.

L'importance des différents types de réseaux, forts ou faibles, et les capacités d'absorption ont été étudiées en détail par Julien, Andriambeloson et Ramangalahy (2004), à partir d'une enquête en profondeur auprès de 147 PME de l'industrie des produits de transport terrestre (camions, autobus, motoneige, pièces diverses, etc.). Dans leur analyse, après avoir distingué les réseaux à signaux faibles (informations peu courantes pour l'entrepreneur) de ceux à signaux forts (informations facilement comprises), ils ont mesuré la capacité d'absorption de l'organisation, soit le niveau de formation et d'expérience notamment celui de la direction et des employés clés, comme l'expliquent Cohen et Levinthal (1990), et d'autres chercheurs qui ont suivi et qui ont poussé cet aspect du passage de l'information à la connaissance (Zahra et George, 2002 ; Schmidt, 2005). En d'autres termes, pour innover ou pour saisir une opportunité, il faut des idées nouvelles provenant souvent de personnes différentes et s'ajoutant aux connaissances acquises pour voir autrement la réalité.

Ces idées nouvelles proviennent de contacts à liens faibles, ou avec lesquels on n'est pas très familiers, et fournissant, par le fait même, des signaux faibles que l'on doit décoder. Ces signaux doivent toutefois être complétés par les signaux forts pour des informations nécessaires à leur application, signaux qui doivent aussi évoluer (Larson et Starr, 1993 ; Watson, 2006). La figure 4.2 illustre les liens entre ces signaux forts et faibles et l'innovation par l'intermédiaire des capacités d'absorption.

**Figure 4.2**
Relations entre les réseaux à signaux faibles, la capacité d'absorption et l'innovation




Source : Julien, Andriambeloson et Ramangalahy (2004, p. 239).

Une mauvaise qualité des réseaux n'est toutefois pas le seul obstacle à l'innovation. Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009) montrent d'autres obstacles comme l'insuffisance de ressources humaines et financières. Mais l'importance de ces obstacles varie selon le type et l'ampleur de l'innovation, comme on devait s'y attendre. Les barrières les plus significatives sont associées aux coûts nécessaires pour les obtenir alors que les moins significatives sont liées à la résistance des employés ou du personnel-cadre. Les résultats établissent, en outre, que les coûts liés à l'innovation ont une incidence disproportionnée sur les petites firmes plus atteintes que les grandes entreprises. Toutefois, lorsque l'innovation est diffuse ou se développe et s'implante graduellement, comme c'est souvent le cas avec l'innovation informelle que l'on retrouve dans les petites entreprises (Kleinknecht, 1987), l'effet des coûts peut être absorbé plus facilement, à moins que la concurrence n'exige beaucoup plus d'innovation que ce que l'entreprise peut faire, la défavorisant ainsi grandement (Genus et Coles, 2006).

## Conclusion

Que tirer de cette analyse sur les variables touchant l'entrepreneuriat et l'innovation et la recherche d'opportunités dans un territoire ? Il semble bien que le nombre et la qualité des réseaux liés à la formation des travailleurs et à l'initiative des dirigeants, et donc à la recherche d'informations nouvelles, constituent une variable clé pour stimuler l'innovation, la création d'entreprises et leur développement ultérieur dans les régions ; ce qu'on appelle les investissements en connaissances tant des individus que des réseaux informationnels (Stam et Wennberg, 2009). Les réseaux constituent une source majeure d'opportunités entrepreneuriales pour la création notamment d'entreprises basées sur le savoir et sur leur développement. Derrière ces réseaux, l'effet des *champions* en innovation exerce aussi un effet d'entraînement complétant le réseautage, comme on peut le voir dans des régions comme le Centre-du-Québec ou la Beauce.

Les réseaux et la capacité d'absorption informationnelle peuvent même faire en sorte que les échecs en innovation aient un effet de stimulation pour innover différemment et plus efficacement pour d'autres projets dans l'entreprise et dans d'autres entreprises (Stam et Wennberg, 2009 ; Chabaud, 2009). Une bonne partie des PME conservatrices attendent que les firmes initiatrices aient commis leurs erreurs pour s'engager par la suite, en profitant de ces dernières. On sait que dans les innovations radicales, les nouvelles industries émergent souvent des échecs du début.

Tout cela, toutefois, dépend du type d'entreprises présentes sur le territoire. C'est ce que nous allons voir au chapitre suivant.

Chapitre 5

# La question des types d'entreprises dans l'entrepreneuriat

*Les Américains de tous les âges, de toutes les conditions, de tous les esprits, s'unissent sans cesse. Non seulement ils ont des associations commerciales et industrielles auxquelles tous prennent part, mais ils en ont encore mille autres espèces : de religieuses, de morales, intellectuelles, de graves, de futiles, de fort générales et de très particulières, d'immenses et de fort petites.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 2, partie 2, chap. V, p. 176

Dans les applications du chapitre précédent précisant un certain nombre de facteurs ou de déterminants favorisant la création d'entreprises et l'innovation, on distingue rarement le type d'entreprises créées. Par exemple, la création du travail autonome n'a pas la même incidence sur l'entrepreneuriat et sur la comparaison entre les territoires que celle d'entreprises requérant dès le départ un bon nombre d'employés ou encore des employés très instruits plutôt que de simples manœuvres. Les entreprises de l'économie sociale, de plus en plus importantes dans nos sociétés, présentent aussi des particularités qui les distinguent des entreprises capitalistiques. Rappelons que certaines analyses soulignent que même si plusieurs créations sont le résultat de la croissance démographique ou économique, d'autres, notamment les créations microéconomiques, sont plus indépendantes de cette évolution ou relèvent de la capacité particulière de certains

entrepreneurs. Ceux-ci profitent du soutien du milieu pour trouver et appliquer des opportunités tout en accélérant le changement technologique et économique dans une région ou sur le plan national.

Ce qui veut dire aussi que les facteurs explicatifs, hormis ceux très macroéconomiques, comme la conjoncture économique, ne sont pas nécessairement les mêmes selon tous les types d'entreprises. Par exemple, le développement des firmes à haut savoir, comme dans les secteurs de la pharmacologie ou de l'aéronautique, ne s'explique pas par les mêmes déterminants que celui des firmes des secteurs traditionnels comme l'industrie du meuble de bas ou de moyenne gamme ou les services informatiques.

Arrêtons-nous à ce facteur démographique pour illustrer cette question. On peut comprendre facilement qu'une croissance de la population entraîne presque automatiquement la création de salons de coiffure, de petits garages, de restaurants, de bouchers, de dépanneurs de quartier ou de garderies, sans compter les électriciens, plombiers, psychologues ou comptables œuvrant comme travailleurs autonomes au service de la population. C'est ce qu'on appelle des firmes *banales*, dont le nom provient du « moulin banal[1] » que le seigneur devait obligatoirement construire et que l'on retrouve encore dans quelques villages québécois. Il était destiné à moudre le grain de ses serfs ou de ses fermiers sur sa seigneurie s'il voulait les attirer et surtout les retenir. Ce moulin était le cœur de l'activité économique, basée le plus souvent sur des échanges locaux, et répondait aux besoins domestiques[2] immédiats ; sa localisation finissait par déterminer, avec la construction de l'église paroissiale, le développement d'une petite agglomération, d'abord village, pour devenir graduellement une petite ville.

1. Ce mot provient justement du très vieux terme *ban*, ou « loi sous menace de peine » ou encore « proclamation publique, officielle de quelque chose ».

2. C'est-à-dire relevant de la famille ou de la maison (*domesticus* en latin, soit de la *domus*, la « maison »). On ne compte pas les productions familiales pour vendre à l'extérieur, comme les couvertures de laine tissées avec le métier familial et tirées de la laine des moutons, ou celles dites « catalognes » tissées avec des retailles de tissus roulés qu'on vend encore dans plusieurs de nos villages.

Ces firmes banales sont souvent petites et leur nombre ou leur taille, dans certains cas, n'évoluent qu'en fonction de cette croissance démographique. Il peut en être autrement si la petite ville devient graduellement une capitale régionale attirant l'achalandage des autres villages et poussant quelques-unes de ces entreprises à grandir et à se moderniser pour mieux affronter la concurrence de villes encore plus grandes ou des succursales de grands magasins et même exporter hors région ou dans des territoires encore plus éloignés.

Ces effets d'agglomération, mais aussi la volonté de quelques entrepreneurs plus dynamiques, cherchant à répondre aux besoins des PME banales, comme le traitement de leur fiscalité ou leur développement informatique, ou encore voyant des opportunités ou ayant des idées nouvelles pour innover, peuvent finalement favoriser le développement de PME plus innovatrices ou plus distinctives. Avec ces dernières, on peut assister au développement d'une main-d'œuvre encore plus qualifiée, soutenue par des institutions (l'enseignement supérieur), et par des services aux entreprises à mesure qu'elles se développent (le conseil aux entreprises) pour améliorer leur compétitivité. Tout cela peut aussi attirer des investissements étrangers pour des marchés plus dynamiques ou en évolution rapide, s'ajoutant aux firmes autochtones, dont un bon nombre sera remplacé par des succursales ou des franchises, à moins que les gros investissements étrangers ne bloquent l'entrepreneuriat, comme l'expliquent Arbuthnott *et al.* (2011). Toutes ces firmes deviennent la base de l'industrialisation de la région et de la transformation de son tissu industriel d'entreprises d'abord banales à des entreprises requérant un savoir plus important.

Plusieurs études montrent que la croissance nationale ou territoriale provient de ces dernières (Salgado-Banda, 2007). Ces entreprises peuvent être considérées comme plus entrepreneuriales selon la définition du chapitre 1. Elles ont tendance à naître avec plus d'employés et à croître plus rapidement. Certaines même deviennent grandes et même très grandes, comme ce fut le cas au Québec de Bombardier, de Cascades ou du Cirque du Soleil. Ces firmes exigent la collaboration importante d'une foule d'autres entreprises pour se développer, comme les firmes de capital de risque, les firmes-conseils,

les compagnies de transport, etc., et d'un bassin plus ou moins vaste de sous-traitants qui sont souvent des PME, favorisant ainsi l'élargissement de l'entrepreneuriat régional sinon national. Certaines nécessitent un haut savoir et stimulent la capacité du milieu à générer des opportunités et à soutenir l'innovation plus radicale. Elles requièrent des réseaux à signaux forts et faibles. Elles ont aussi besoin d'institutions d'enseignement et de recherche de plus en plus complexes tant pour la formation du personnel que pour les activités liées à l'innovation et au renouvellement de leurs produits et services. Elles constituent finalement le véritable moteur de l'économie territoriale.

Il y a diverses façons de distinguer d'une manière un peu plus complexe les entreprises en fonction du dynamisme entrepreneurial. On peut le faire à partir du niveau de complexité de son innovation. De même, on peut distinguer les entreprises selon leur volonté ou leur capacité à croître. Enfin, on peut le faire par rapport à la mondialisation et donc à leur capacité à profiter de l'environnement international pour favoriser leur compétitivité, prendre de l'expansion et vendre leurs produits ou services.

Dans ce chapitre, nous nous arrêterons d'abord à l'idée d'origine des entreprises pour passer graduellement aux autres distinctions.

## 5.1. La distinction des entreprises par rapport à l'idée d'origine

Par rapport à l'idée d'origine, on peut trouver quatre grandes catégories de PME nouvelles, en tenant compte de la création de valeur sur le marché, d'une part, et en s'arrêtant sur l'incidence de cette nouveauté sur l'entrepreneur du point de vue de l'apprentissage, sachant que l'entrepreneur n'est généralement plus le même après dix ou quinze ans d'expérience, d'autre part (Bruyat et Julien, 2001)[3]. Comme on peut le voir à la figure 5.1,

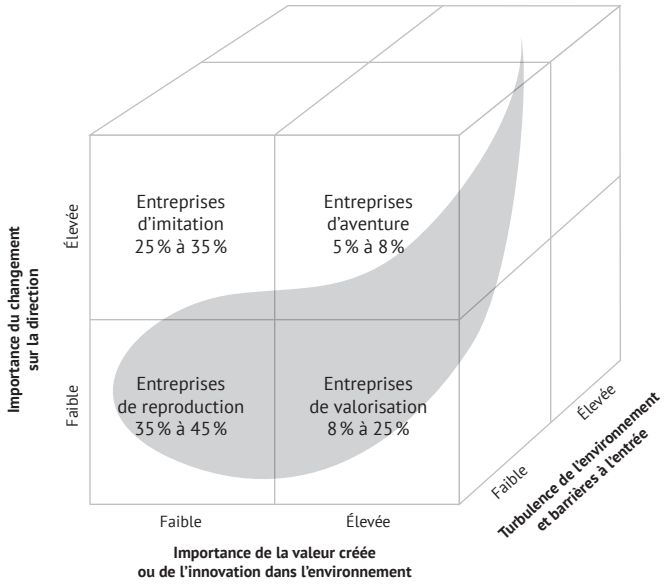
3. À noter que dans l'étude de Bruyat et Julien (2001), la répartition selon ces deux éléments porte sur les entrepreneurs. Mais comme la création d'entreprises est intimement liée aux intentions et aux décisions de ce dernier, on peut transposer cette répartition sur les entreprises.

on trouve *grosso modo* les entreprises de *reproduction*, d'*imitation*, de *valorisation* et d'*aventure*[4]. La troisième dimension montre que ces quatre types sont aussi influencés par le niveau de turbulence des industries dans lesquelles elles jouent, sachant par exemple que dans les nouvelles industries comme la biotechnologie, les entreprises ne peuvent être facilement de *reproduction* par définition.

Les premières, les entreprises de *reproduction* (dans le quadrant sud-ouest de la figure), créent peu de valeur réellement nouvelle sur le marché et affectent peu l'organisation et l'entrepreneur pour l'inciter à multiplier les opportunités et à innover. Ces entreprises se contentent de reproduire à peu près ce que font les autres, notamment celles d'où provient souvent l'entrepreneur lorsqu'il était employé ; la gestion est traditionnelle et la stratégie réactive. Par exemple, après avoir travaillé dix ou quinze ans dans le même atelier d'usinage, un bon technicien en produits métalliques peut vouloir voler de ses propres ailes en achetant quelques équipements usagés, en comptant bien qu'un ou deux clients insatisfaits ou préférant sa nouvelle localisation lui feront confiance pour lui permettre de survivre les premières années avant de pouvoir développer son marché. Derrière cette création, on retrouve avant tout l'idée d'indépendance, être son propre patron, si chère aux entrepreneurs (Filion, 2005). L'effet sur l'évolution de l'entrepreneur est relativement faible puisque ce travail perpétue jusqu'à un certain point ce qu'il faisait auparavant, sachant qu'aux tâches liées à l'exercice du métier s'ajoutent celles de la gestion d'une organisation. Un facteur extérieur à ces créations peut être aussi l'expansion du marché. La plus grande partie des entreprises banales ou des secteurs de services aux particuliers se retrouvent dans cette catégorie.

4. Les chiffres indiqués dans chacun des cadrans représentent le pourcentage de PME que l'on peut dénombrer approximativement à partir des travaux publiés dans le domaine, mais aussi à partir de nos observations sur le terrain depuis de nombreuses années issues de nos travaux à l'Institut de recherche sur les PME.

**Figure 5.1**
Différents types d'entreprises basés sur les capacités de distinction et sur le type de secteurs (d'accueillant à très turbulent)




Source : Adapté de Bruyat et Julien (2001).

Pour les entreprises d'*imitation* du quadrant nord-ouest, elles ne créent pas beaucoup plus de valeur nouvelle que celles de reproduction, mais elles développent une organisation un peu plus active pour faire évoluer cette valeur sur le marché en créant de nouvelles pratiques et en recherchant de nouvelles opportunités. On retrouve dans ce groupe une bonne part des petites entreprises manufacturières ayant une plus grande capacité d'innovation que les autres, des entreprises de services comme celles œuvrant dans le transport et le commerce de gros, et des entreprises créées dans les domaines de la formation des entrepreneurs qui n'ont aucune expérience de direction. L'idée de départ est un peu plus originale et suppose des réseaux pour soutenir progressivement la recherche d'opportunités et quelques innovations à mesure que l'entreprise se développe. Elle requiert des qualités plus développées de l'entrepreneur dont l'envie

de se démarquer et de piloter une entreprise dans un contexte incertain. Elle réclame de la région du capital social, notamment du financement de proximité plus important que dans le premier cas. Évidemment, l'expansion du marché avec la croissance de la population et des revenus, peu de barrières à l'entrée et un bon coup de main des institutions favorisent ce type d'entreprises.

Progressivement, à force d'apprendre, ce deuxième type d'entreprises peut passer dans le quadrant sud-est, celui de *valorisation*, en développant de nouvelles routines de gestion plus modernes et en répondant à l'évolution des goûts de ses clients pour graduellement procéder à des changements (de l'innovation) de plus en plus importants dans la production de biens et dans la prestation des services qu'elles offrent. Elles adoptent par moment une stratégie proactive. Évidemment, un certain nombre de nouvelles entreprises sont créées directement selon cette idée, comme dans le cas d'un ingénieur qui, restreint dans la création de nouvelles façons de faire ou même de produits là où il travaille, décide de se lancer en affaires pour faire valoir ses idées nouvelles en emportant avec lui les divers contacts qui lui permettront de démarrer son entreprise. On trouve aussi des entrepreneurs qui, durant leurs années universitaires, développent une idée relativement nouvelle sur un produit ou un procédé et qui sera plus ou moins rapidement mise en pratique à la fin de leurs études. Ces idées sont parfois développées dans le cadre d'une activité de formation particulière, comme le font les doctorants dans des domaines scientifiques où la découverte peut avoir une valeur commerciale, ou en parallèle dans des clubs d'étudiants entrepreneurs que l'on retrouve de plus en plus sur les campus universitaires. Une partie de ces nouvelles entreprises innovatrices se retrouvent dans une très grande diversité d'activités, que ce soit dans les secteurs industriels, de la santé ou des services, et peuvent rapidement conquérir les marchés internationaux, sur lesquels il y a toutefois une plus grande turbulence (Baldegger et Wyss, 2007). Ce type d'entreprises exige entre autres du financement particulier pour assumer le risque qu'elles présentent – notamment par capital de risque –, des réseaux informationnels dynamiques pour soutenir

le changement technologique régulier, mais surtout pour ouvrir les « bonnes portes », un soutien gouvernemental notamment en ce qui concerne l'innovation, etc. Mentionnons que les risques très élevés de ces projets de jeunes entrepreneurs inexpérimentés ne peuvent être contrôlés que s'ils peuvent bénéficier d'un minimum d'accompagnement professionnel ou d'un encadrement qui comblera leurs connaissances réduites des aspects managériaux et commerciaux de leur projet entrepreneurial.

Le dernier quadrant nord-est représente les cas les plus rares, même s'ils sont les plus souvent cités dans les journaux ou les revues d'affaires, car leur croissance est souvent spectaculaire. Ce sont les entreprises d'*aventure* qui démarrent avec une innovation radicale, qui, par nature, est plus risquée que les autres. La valeur très nouvelle qu'elle crée peut même développer un nouveau secteur industriel, comme c'était le cas avec les TIC il y a une vingtaine d'années. C'est ce que pourraient faire, par exemple la maîtrise de l'hydrogène et de ses coûts pour l'industrie du transport ou encore les nanotechnologies pour de nouveaux types de matériaux ou de médicaments. Selon Bygrave et Hofer (1991), ces entreprises deviennent des créateurs de *chaos* et donc de crises potentielles comme ce fut le cas lors de l'éclatement de la bulle spéculative de 2000 dans les secteurs des TIC, dû à l'enthousiasme démesuré d'investisseurs spéculateurs prêts à acheter n'importe quoi et en n'importe quelle quantité et pour n'importe quel consommateur[5]. En retour, lorsque le marché l'accepte, l'effet sur ce dernier est généralement majeur. Ce n'est donc pas surprenant que les journaux s'y intéressent, surtout quand les énormes profits (ou les énormes échecs) suivent pour en faire des entreprises qui en imposent au public tant par leur succès (ou leur faillite) que par l'effet de leur création

5. Un des exemples que l'on peut qualifier d'échec chez nous est sans doute les expériences de Vidéotron en particulier au Lac-Saint-Jean, « câblant » les maisons pour que les citoyens n'aient plus besoin de se déplacer pour faire leur marché ou encore pour gérer toutes les fonctions de la maison. Les créateurs basaient leur prévision sur le potentiel du produit en oubliant complètement de tenir compte du comportement des clients qui aiment voir et comparer les produits avant d'acheter, comme l'explique Rogers (1995).

sur la transformation de l'économie[6]. Le facteur clé pour justifier ces entreprises est non seulement une capacité particulière de l'entrepreneur à développer une innovation majeure, mais aussi à gérer la tempête suscitée par celle-ci dans un marché extrêmement turbulent, et à obtenir les ressources complémentaires à mesure que l'entreprise se développe et fait face à une concurrence féroce. Les exemples de J.-Armand Bombardier qui a su racheter ses concurrents à temps tout en améliorant le produit[7] ou de Bill Gates qui a su développer une position monopolistique pour écraser la concurrence et contrôler une bonne partie de l'innovation sont là pour illustrer cette expansion. On sait toutefois que dans ce dernier cas, l'arrivée du téléphone cellulaire et de la tablette numérique qui libère de l'ordinateur ou encore, mais plus lentement, du logiciel libre, sont en train de changer la donne[8].

6. À noter que ces firmes d'aventure peuvent se retrouver dans tous les secteurs, comme dans le cas de l'invention du libre-service. Ce qui placerait Sam Steinberg, avec ses premières épiceries libre-service au Québec, comme un entrepreneur aventurier, dont la troisième génération n'a pas été capable d'innover malgré les changements accélérés en cours dans le commerce de détail. Sur cet aspect, on peut aussi comprendre que les tendances ont aussi leurs limites, comme la taille des supermarchés qu'on a commencé à remplacer par des hypermarchés en particulier aux États-Unis, aux énormes surfaces, mais qui sont en train de démontrer leurs limites. Comme on le voit aussi chez les très grandes surfaces en quincaillerie qui coûtent trop cher en entretien et en stockage et qui, de plus, vont à l'encontre du besoin de *trouver* une dimension humaine chez un bon nombre de consommateurs.

7. Comme c'est le plus souvent le cas des innovations majeures dans l'économie, celles-ci sont *dans l'air*, l'idée étant mûre… pour réussir. Elles apparaissent un peu partout dans l'économie. Par exemple, l'invention de la motoneige de Bombardier avait déjà été brevetée en 1923 en Suède avant de se développer en Amérique du Nord.

8. Une des façons de Microsoft de consolider sa position monopolistique est d'annoncer son entrée prochaine dans un nouveau marché en train de se développer ailleurs, incitant le capital de risque à se retirer de peur de perdre ses billes, ce qui conduit à laisser mourir ces firmes, comme nous l'avons vu à quelques reprises chez quelques nouvelles firmes montréalaises. Ce comportement est un des excès du capitalisme « sauvage » dont parlent Jones et Spicer (2009) et qu'a bien analysé l'historien du capitalisme, Wallerstein (1990).

On ne trouve qu'entre cinq et huit de ces entreprises aventurières et à succès par décennie dans un pays, et encore moins dans un plus petit territoire, même si elles peuvent artificiellement se multiplier lors d'un boom industriel, notamment dans la partie montante du cycle de long terme de Kondratieff[9]. Les entreprises de *valorisation* sont un peu plus fréquentes, peut-être de 8 à 25 % selon les régions. Plusieurs constituent les PME à forte croissance, les gazelles, qui font bouger le plus l'économie régionale (Julien, Mustar et Estimé, 2001 ; OCDE, 2010). Les entreprises de *reproduction*, quant à elles, peuvent représenter jusqu'à 45 % dans les régions dynamiques. Ce sont autant le boucher ou le poissonnier, qui élargissent régulièrement leur gamme jusqu'à offrir des produits particuliers ou devenir traiteurs pour leur quartier, que l'atelier d'usinage capable de répondre à des problèmes majeurs de bris dans les équipements des usines de la région en s'associant, par exemple, à une petite firme d'informaticiens. Enfin, les entreprises d'*imitation* comptent pour moins de 35 % et ne font que reproduire ce qui se fait ailleurs, ne réclamant pas beaucoup d'imagination, se contentant de suivre, souvent bien en retard, le changement que la concurrence impose ; ces deux derneirs groupes sont le cœur des entreprises banales (McMahon, 2001).

Comme nous l'avons noté au début de cette section, la troisième dimension ajoutée à la figure montre que les secteurs ou les industries dans lesquels évoluent les entreprises ont une influence sur ces types d'entreprises. Ainsi, certaines industries n'admettent pas les entreprises de *reproduction* ni même d'*imitation* parce qu'elles sont nouvelles et requièrent beaucoup d'innovation ; d'autres sont plus ou moins fermées par diverses barrières dès l'entrée. Par exemple, la biotechnologie ou les sciences de l'environnement, compte tenu de la jeunesse de ces industries et des bouleversements réguliers dans leurs fondements scientifiques, ne peuvent admettre ces deux types d'entreprises, sauf exception. De même,

9. Soit des cycles d'environ 25 ans de hausse et 25 ans de baisse, à la suite d'une innovation majeure dans l'économie comme c'est le cas de l'électronique, de l'automobile et des technologies de l'information et de la communication. À noter que ces cycles de long terme sont critiqués par plusieurs économistes.

il est extrêmement difficile de pénétrer l'industrie automobile à moins d'offrir un produit révolutionnaire et une capacité entrepreneuriale exceptionnelle pour pouvoir dépasser l'obstacle majeur de la distribution et de l'entretien[10]. Au contraire, des industries comme les scieries dans le secteur manufacturier ou l'expertise comptable dans les services acceptent plus facilement des petites firmes d'*imitation* et de *reproduction* reposant sur une niche ou basée sur un interstice particulier; à la condition qu'elles s'assurent, dans le premier cas, d'un approvisionnement régulier en matière ligneuse et, dans le deuxième cas, de trouver un minimum de clients de départ auprès du cercle d'amis et de connaissances. C'est ce que nous montrons dans cette troisième dimension avec la bulle large au début (expliquée par le fait qu'on y trouve une forte proportion d'entreprises) s'amenuisant graduellement par la suite, du fait que ces firmes d'aventure peu nombreuses se développent dans les secteurs nouveaux, liés aux toutes nouvelles technologies ou limités par de fortes barrières à l'entrée; cette bulle permet de comprendre que ces entreprises offrent beaucoup de valeur nouvelle et sont gérées par des entrepreneurs apprenant et évoluant par conséquent rapidement, comme on le voit dans une partie de l'industrie du nouveau logiciel (Ferro Cortez, 2012).

Cette typologie est relativement semblable à celle que propose Kirchhoff (1994) pour les PME et leur direction. Ce dernier explique qu'on peut aussi trouver quatre grands types. Il y a d'abord les PME concentrées sur un métier particulier à croissance lente et à innovation rare, soit nos entreprises de *reproduction*. Il y a ensuite les firmes contraintes par de faibles ressources ou par des capacités limitées de l'entrepreneur, qui ne font le plus souvent qu'*imiter* les autres, refusant plus ou moins d'affronter une plus grande incertitude. Ces deux types représentent ce que Marchesnay (1993) désigne comme les PIC dont la direction recherche d'abord la pérennité et l'indépendance ou le contrôle au détriment de la croissance. Il y a ensuite le troisième type, celui des entrepreneurs

10. Même les grandes entreprises françaises et italiennes de l'automobile, malgré plusieurs tentatives, n'ont jamais pu franchir directement cet obstacle en Amérique du Nord. Fiat vient d'y arriver en achetant Chrysler.

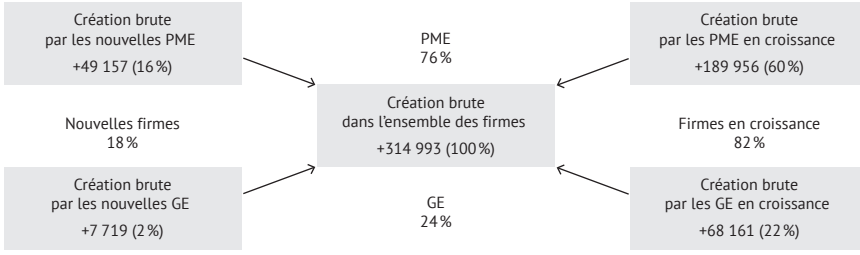
plus ambitieux, aux ressources et aux capacités plus larges pouvant générer de la croissance et suscitant régulièrement de l'innovation. Enfin, il y a les firmes éclatantes ou fascinantes (*glamorous*, selon Kirchhoff), à croissance de plus en plus rapide, dont certaines constituent des gazelles, à base d'innovation soutenue. Ce sont les CAP chez Marchesnay avec une direction privilégiant plutôt la croissance même au prix d'une perte de contrôle ou d'autonomie (A) et d'une augmentation du risque pouvant nuire à la pérennité (P). Plusieurs de ces dernières firmes sont dirigées par des entrepreneurs qui recherchent l'aventure, acceptent d'affronter plus d'incertitude en prenant des risques de toutes sortes, créent régulièrement de la valeur nouvelle et se transforment eux-mêmes continuellement, en particulier en s'organisant pour mieux obtenir et transformer l'information afin de faire face à l'incertitude. Parmi ces entrepreneurs, on retrouve ceux que Cotta (1980) appelait des *joueurs* pour qui le jeu peut devenir plus important que le résultat, parfois à la limite de la légalité et la dépassant même, dans l'euphorie que tout puisse devenir permis puisqu'on est capable d'inventer continuellement, y compris ses propres règles ou normes[11].

Ajoutons ici que plusieurs de ces études sur les PME à forte croissance se focalisent sur le comportement de l'entrepreneur en négligeant l'étude de toute son organisation, dans laquelle on retrouve les stratégies mises en place et les capacités développées pour gérer l'incertitude et les risques induits. Ce faisant, l'entrepreneur est considéré, souvent à tort, comme un preneur de risque non calculé, ce qui est faux pour la grande majorité d'entre eux.

11. Comme dans le cas de l'affaire Bernard Tapie en France, de Conrad Black au Canada et, plus récemment, des dirigeants des grandes banques américaines qui n'ont pu être sauvées que par l'intervention massive des gouvernements. Ajoutons que trop souvent, ces entrepreneurs n'apprennent pas et refont les mêmes erreurs pour lesquelles, malheureusement, le public doit encore payer. Jusqu'à ce que les gouvernements interviennent sérieusement comme dans le cas des banques « trop grosses pour faire faillite » ; alors que la Banque mondiale commence à les obliger à augmenter fortement leurs réserves. Sinon, ces dernières continueront à jouir d'un avantage important sur leurs concurrents du fait que les gouvernements garantissent leurs bévues et donc leurs risques.

Ces entreprises à forte croissance jouent un rôle particulier dans l'économie. C'est d'ailleurs ce que les études de l'OCDE (2001a) des années 1990 ont commencé à comprendre pour finir par voir que la création d'emplois provenait avant tout des entreprises en croissance, notamment de ces gazelles, comme on peut le voir dans le cas du Québec à la figure 5.2. Cette dernière montre que 56 % des emplois proviennent justement de ces entreprises en croissance, en très grande partie des PME comptant pour 73 % de cette création d'emplois. C'est pourquoi il convient non seulement de définir les variables ou les déterminants soutenant l'entrepreneuriat en général, mais de distinguer les facteurs favorisant la création des entreprises en croissance, notamment celles à forte croissance qui, dans certains pays, affectent plus de 60 % des nouveaux emplois (OCDE, 2001b).

**Figure 5.2**
Source de la création brute d'emplois au Québec, moyenne 2001-2002 à 2005-2006 (en nombre et en pourcentage de l'emploi)




Source : Compilation à partir des données de 2010 du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, Direction de l'analyse économique.

Cette distinction entre les nouvelles entreprises sans croissance et celles avec une croissance plus ou moins forte, entreprises le plus souvent de *valorisation* et d'*aventure*, est importante pour comprendre l'influence de la création d'entreprises sur l'innovation et la création d'emplois. Elle permet aussi d'analyser les déterminants ou les facteurs expliquant cette création d'entreprises, mais aussi la reprise de celles rendues disponibles par le créateur qui n'a pas de relève ou qui veut tout simplement se retirer des affaires pour diverses raisons. Environ 90 % des nouvelles

entreprises au Québec et ailleurs sont non seulement toutes petites (moins de 5 employés), mais elles ne font que reproduire ou imiter d'autres entreprises, la seule innovation étant avant tout leur présence nouvelle sur le marché. C'est ce que montrent aussi les enquêtes du GEM, alors que moins de 10 % des répondants affirment vouloir créer leur entreprise ou l'ont fait avec une certaine idée originale les distinguant à leurs yeux de la concurrence.

C'est ce qu'avaient d'ailleurs montré les premiers travaux de Nathalie Riverin (2004) à partir des données de la Commission de la santé et de la sécurité du travail obligeant les entreprises à inscrire tout employé dès son engagement. Cette analyse avait permis de voir que des petites régions excentrées comme la Minganie–Basse-Côte-Nord et Sept-Rivières–Caniapiscau, à cause des grands travaux hydroélectriques de l'époque, avaient créé entre 1992 et 2000 sept fois plus d'entreprises par 10 000 habitants que des régions plus centrales comme Ville-de-Laval ou la MRC de Roussillon au sud-est de Montréal. Il en était presque de même pour les MRC des Îles-de-la-Madeleine, des Basques, de la Haute-Côte-Nord, du Haut-Saint-Maurice, de la Vallée-de-l'Or et de Rouyn-Noranda à cause du développement touristique ou de nouveaux travaux liés aux ressources naturelles, et ce, comparativement aux régions plus centrales. Cette information, aussi intéressante soit-elle est du point de vue du nombre d'entreprises créées, ne nous apprend rien sur le type d'entreprises et donc sur le dynamisme réel à court et à long terme des régions.

## 5.2. Les conditions pour croître ou pour se distinguer

Les études sur les entreprises à forte croissance s'arrêtent à trois conditions essentielles pour que celles-ci se développent. La première condition vient de la volonté de l'entrepreneur de croître. On sait pertinemment que la raison la plus courante pour créer une entreprise naît du besoin de créer un emploi pour soi ou pour sa famille tout en souhaitant contrôler le mieux possible cet emploi et, par le fait même, une partie de sa destinée (Walker et Brown, 2004 ; Carsrud et Brännback, 2011) ; ce que McClelland (1961)

appelle le désir de s'affirmer ou de démontrer le contrôle sur son futur par son organisation et, en même temps, le désir d'indépendance. Ce contrôle suppose aussi l'objectif de pérennité et de profits réguliers pour développer l'entreprise tout en ne prenant pas trop de risques rattachés à la croissance et à une concurrence plus forte à mesure que l'on cherche à élargir son marché au détriment d'autres entreprises.

Par conséquent, la volonté naturelle d'une croissance importante, en excluant les très petites entreprises dont plusieurs voudraient grandir quelque peu pour mieux assurer leur survie sans toutefois dépasser un certain seuil (Davidsson, 1989 ; Acs, Parsons et Tracy, 2008), est réservée à un nombre réduit d'entrepreneurs (Le Cornu *et al.*, 1996 ; Barth, 1999 ; Wiklund, Davidsson et Delmar, 2003 ; Carsrud et Brännback, 2011). Cette première barrière à la croissance relève des perceptions et des souhaits du dirigeant d'entreprise (Duncan, 1972) et de sa psychologie, à l'exemple des travailleurs autonomes qui choisissent cet état avant tout par esprit d'indépendance et en croyant pouvoir mieux contrôler le temps et leur travail (Filion, 2000).

Même s'il y a désir de croissance, cela ne veut pas dire que cela se fera, puisque cette croissance suppose des compétences pour gérer une plus grande complexité, une certaine expérience et un fort leadership pour diriger une organisation plus grande et l'engager à participer à cette croissance. Ce qu'on appelle maintenant une *capabilité* de gestionnaire, soit ses ressources personnelles et la capacité de les utiliser sur le moyen et long terme[12] pour saisir les opportunités et moderniser systématiquement son organisation par l'innovation afin de faire face aux défis que cela entraîne.

12. Ce mot *capabilité* provient du latin *capabilis* (« qui contient ») qui exprime le rapport entre la performance demandée et la performance réelle. Il va ainsi au-delà du mot *capacité* en y ajoutant son application. Ainsi, on peut être capable de faire quelque chose théoriquement ou même concrètement, mais ne pas savoir comment le faire ou manquer de ressources pour l'appliquer. Ce mot a été proposé par Amartya Sen, prix en économie 1998 émis par la fondation Nobel, dans sa théorie du choix social, théorie allant au-delà du partage des revenus et expliquant que même si deux individus disposent des mêmes revenus, cela ne veut pas dire qu'ils seront tous les deux capables de les utiliser ou d'en jouir de la même façon.

Mais le gestionnaire peut se sentir inconfortable à diriger une plus grande entreprise qui demande beaucoup d'énergie et qui peut donc très bien limiter son désir de jouir de ses revenus avec sa famille et ses amis. D'ailleurs, l'expérience malheureuse de certains de ses concurrents sinon de collègues-entrepreneurs qui ont voulu grandir trop vite, causant finalement la fermeture de leur firme, peut tout simplement consolider son désir de conserver la taille actuelle de son entreprise et de confirmer l'importance qu'il accorde à la pérennité.

En fait, le dirigeant sait très bien que gérer une plus grande entreprise réclamera plus de temps qu'actuellement, surtout en attendant que la croissance soit suffisamment forte pour lui donner les ressources financières lui permettant d'embaucher et d'intégrer d'autres membres à son équipe pour partager le travail. De même, il sait qu'il faudra du temps pour développer les liens avec les nouveaux clients, pour les retenir et pour mieux comprendre leurs besoins afin de développer de nouveaux produits répondant à leurs attentes. Il lui faudra aussi du temps pour améliorer la distinction de son offre avec la multiplication de petites innovations afin de mieux assurer sa place sur le marché.

La deuxième condition relève de la *capabilité* de l'organisation d'appliquer la stratégie conçue par le dirigeant, de rechercher à tous les niveaux de l'entreprise (de la gestion, de l'entretien des équipements jusqu'à l'expédition) l'information riche tout en l'absorbant et en la transformant en connaissance, et de pouvoir ainsi réagir au changement (Gray, 2006; Vaghely et Julien, 2010). Cet aspect informationnel est appelé la *cognition* de l'organisation (Mitchell *et al.*, 2004; Mitchell, Busenitz *et al.*, 2007), qui provient en particulier des vendeurs pour comprendre l'évolution des goûts et des besoins des clients et des acheteurs pour analyser l'évolution technologique. Cette cognition touche de plus un nombre minimal de personnes différentes pour agir, la qualité et la variété des compétences de ces dernières (autant techniques que systémiques) et la capacité de travailler ensemble pour en tirer un savoir et un savoir-faire particulier pour la production et pour accepter le changement afin de répondre au marché actuel et potentiel ainsi qu'à la concurrence (MacPherson et Holt, 2007; Grimand, 2013).

Ajoutons toutefois que le manque de ressources freinant la croissance peut être voulu par certains dirigeants inconfortables avec les technologies matérielles et immatérielles ; ces derniers peuvent, par exemple, hésiter à engager un ingénieur de peur d'être dépassés par le niveau d'analyse de ce dernier par rapport à leurs propres compétences.

Ce manque de ressources peut aussi toucher les éléments financiers, notamment durant les premières années de création lorsque la création s'est faite sans marge de manœuvre financière, comme l'ont rappelé Baldwin, Chandler et Papailiadis (1994) ; ces derniers expliquent que démarrer avec des capitaux tout juste suffisants entraîne souvent un handicap qui affectera tout le développement de la firme, et qui, par la suite, limitera les possibilités de croître et même augmentera les risques de fermeture ou de faillite.

La troisième condition est l'existence de ressources disponibles dans le milieu environnant ou d'un écosystème apte à fournir les ressources complémentaires aux besoins des PME. Une bonne partie des ressources humaines nécessaires pour satisfaire les besoins complémentaires requis par la croissance provient de ce milieu qui doit fournir la formation de base, celle touchant les métiers, et la formation continue pour mettre à jour les compétences de la main-d'œuvre. Cependant, le vieillissement de la population rend les entreprises ayant une certaine volonté de croissance de plus en plus vulnérables aux ressources de leur milieu. La pénurie de certaines spécialisations – soudeurs ou opérateurs de certaines machines – est devenue un vrai casse-tête obligeant les entrepreneurs à « importer » de la main-d'œuvre de l'étranger, dans la mesure où le gouvernement fédéral le permet, souhaitant que celle-ci puisse s'adapter aux exigences locales. Ce problème de vieillissement est aussi vécu dans d'autres pays développés de sorte que l'importation de main-d'œuvre étrangère est devenue plus courante.

Nous avons mentionné plus haut aussi l'aspect financier, et donc le besoin de capital de risque et encore plus de capital patient, surtout dans les régions qui détiennent peu de capitaux informels provenant du milieu.

Enfin, le milieu doit soutenir la formation du capital social dynamique, comme des règles du jeu claires, des institutions pour asseoir les réputations (Aldrich et Fiol, 1994 ; Lin, 1999) et une culture entrepreneuriale pouvant véhiculer des valeurs entrepreneuriales (Gasse, 2003), notamment dans des réseaux stimulant les échanges d'informations pour multiplier les opportunités et les ressources nécessaires pour les appliquer (Audretsch et Keilbach, 2005 ; Hanlon et Saunders, 2007 ; Minniti, 2008 ; García-Cabrera et García-Soto, 2008).

Les réseaux sont cruciaux pour accélérer le partage d'information riche, en particulier les réseaux à signaux faibles, c'est-à-dire autres que les réseaux personnels et ceux d'affaires offrant généralement de l'information plus traditionnelle. Ces sources génèrent des informations inhabituelles, remettant en question les habitudes et forçant à penser autrement (Hansen, 1999 ; Julien et Ramangalahy, 2003). Ces réseaux sont généralement liés à des centres de recherche universitaires comme les cégeps, notamment les CCTT, et les universités. Or, d'une part, les petites régions ne possèdent pas nécessairement ces institutions et, d'autre part, les liens à faire entre les gens d'affaires et les centres de recherche ne sont pas faciles, comme plusieurs recherches l'ont démontré (Potter, 2008 ; Schmitt, 2008a). En particulier, les chercheurs et les dirigeants d'entreprises n'utilisent pas le même langage (le premier est scientifique, le second, appliqué) ni ne poursuivent les mêmes objectifs (les premiers recherchent la meilleure réponse, les seconds une « bonne » réponse), mais aussi ils ne voient pas la question du temps de la même façon (St-Pierre et Schmitt, 2011). Les chercheurs réclament généralement plusieurs mois avant même de commencer à se pencher sur une question ; et la survenance d'une solution peut, par la suite, exiger des années de recherche, alors que les seconds ont besoin d'une réponse en quelques semaines, sinon en quelques mois (Julien, 1993a). Les bureaux de valorisation des universités ou de liaison avec le milieu, que l'on retrouve plus fréquemment dans les différentes institutions d'enseignement, favorisent ce rapprochement. Avec le degré de formation de plus en plus élevé

des entrepreneurs, les difficultés de communication entre chercheurs et praticiens s'atténueront et le rapprochement entre ces deux cultures deviendra plus naturel et plus fertile.

## 5.3. La distinction des entreprises par rapport à la mondialisation

Une dernière façon de mesurer la création d'entreprises, la reprise et l'innovation formelle et informelle est de situer les firmes par rapport à leur capacité d'affronter la concurrence internationale, intensifiée par la mondialisation des marchés, et même d'en tirer parti. Cette mondialisation fait en sorte que bon nombre de nouvelles entreprises doivent s'approvisionner directement ou par des intermédiaires sur les marchés extérieurs, comme ces nouvelles boutiques qui répondent aux besoins des immigrants recherchant des produits de leur pays d'origine. Certaines se distinguent en important des équipements pour offrir des biens avec des caractéristiques particulières, comme des machines à torréfier le café à la façon italienne ou turque, alors que d'autres profitent de l'ouverture des frontières pour offrir leurs produits dans un ou des pays proches ou lointains, comme de nouveaux constructeurs de maisons préfabriquées. Certaines entreprises exportent dès leur création, alors que d'autres attendent d'avoir appris leur métier avant d'affronter l'incertitude internationale. On reconnaît aussi que l'exportation peut exiger l'importation de produits de l'étranger (Holmlund, Kock et Vanyushyn, 2007 ; St-Pierre *et al.*, 2011), soit parce que le marché national ne peut les offrir, soit parce que leurs coûts sur le marché national empêchent l'entreprise d'être compétitive. L'accès à des intrants de bonne qualité et à meilleur prix est la principale motivation à l'importation chez les PME, comme l'ont montré St-Pierre *et al.* (2011) dans une vaste enquête réalisée auprès de PME manufacturières québécoises.

Évidemment, les répercussions de cette implication internationale varient selon l'importance et le dynamisme du marché national, le type d'entreprise et de marché couvert, la stratégie de l'entrepreneur, le nombre

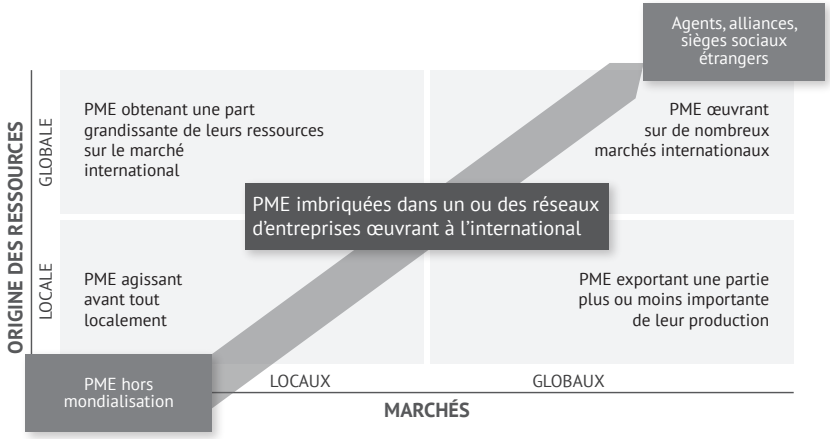
et la force des intermédiaires entre les entreprises nationales et étrangères et, finalement, l'importance du soutien du milieu économique et de l'État. Par exemple, les très grands pays comme les États-Unis exportent beaucoup moins en proportion de petits pays comme le Danemark. Les nouveaux produits très complexes comme des équipements pour traiter des maladies rares ou des appareils de loisirs motorisés pour des consommateurs plutôt fortunés sont nécessairement exportés dès leur création à cause d'une clientèle nationale insuffisante pour rentabiliser leurs efforts de développement.

Dans cette façon de voir l'économie, on peut distinguer six groupes de nouvelles entreprises selon leurs besoins en ressources provenant de l'extérieur des frontières ou de leurs ventes sur des marchés supranationaux, groupes que l'on peut voir à la figure 5.3. Cette figure tient compte, en ordonnée, des achats sur le marché local jusqu'aux marchés internationaux, et en abscisse, des ventes, aussi du marché local jusqu'aux marchés internationaux. Dans cette figure, on peut aussi voir un peu en retrait, en bas à gauche, les entreprises qui échappent en grande partie à la mondialisation. De même, en haut, à droite, nous avons étendu l'internationalisation aux nouvelles entreprises créées par des alliances ou en coopération avec des firmes étrangères. Ces dernières recourent dès le départ aux agents, aux maisons de commerce ou, encore, aux sièges sociaux de nouvelles filiales pour importer ou cofabriquer des produits développés à l'étranger.

Dans le premier groupe en bas à gauche, on trouve un très grand nombre de nouvelles petites entreprises *banales* et très locales, évoluant dans des créneaux protégés par la distance géographique ou par une demande liée à des besoins de proximité, comme les services personnels à la population locale offerts par les petites entreprises liées à des productions alimentaires fines comme les fromagers ou les bouchers spécialisés en viande plus ou moins exotique comme le sanglier, l'autruche ou le lapin, et transformant certaines parties en pâtés pour une population de plus en plus instruite et avide de nouveaux produits. On voit aussi l'arrivée d'un grand nombre de travailleurs autonomes offrant leurs services aux petites entreprises de la région comme le conseil en informatique

ou de design et qui n'intéressent pas les grandes firmes à cause de la complexité de leurs besoins ou de la présence de leurs propres ressources spécialisées. Plusieurs de ces entreprises relèvent de relations en face à face ou socioculturelles peu sujettes à des prestations nationales ou internationales (Pacitto et Julien, 2006) ; elles s'expliquent encore par l'évolution de la mode, comme c'était le cas quand les chapeaux exclusifs pour dames étaient à la mode, exemple déjà présent chez Ansiaux (1926) et répondant à l'idée d'interstices.

**Figure 5.3**
Répartition des entreprises selon l'origine de leurs ressources ou la destination de leurs ventes




Source : Adapté de Torrès (1997).

Le deuxième groupe de PME du quadrant sud-ouest provient d'entreprises œuvrant sur un marché local ou régional et achetant une faible partie de leurs intrants sur les marchés internationaux ou d'intermédiaires localisés hors région. On rencontre ici, par exemple, de nouveaux petits ateliers d'usinage, des garages de quartier et des vendeurs de pièces usagées, des écoles de danse ou d'art martiaux, des entreprises de rénovation domiciliaire et des décorateurs, des agents immobiliers, des camionneurs

généraux régionaux, des fabricants de meubles, etc. Ils relèvent aussi et en bonne partie de productions *banales*. Ils font face à la concurrence de regroupements ou bannières nationales ou internationales ou de chaînes commerciales comme les grandes chaînes de restaurants qui ont remplacé dans les années 1970 la plus grande partie des casse-croûte de quartier.

Le troisième groupe, en haut à gauche, comprend, par exemple, des commerces spécialisés, dont une bonne partie des produits proviennent de l'importation, et un certain nombre de PME manufacturières à production complexe de petites séries pour desservir d'autres firmes hors région et important pièces et équipements. Plusieurs de ces firmes répondent aux besoins des marchés locaux et régionaux jusqu'à ce que les firmes nationales ou étrangères considèrent que le marché est suffisamment grand pour s'y introduire.

Notons que les nouvelles entreprises de ces trois premiers groupes peuvent être assimilées aux PME de *reproduction* ou d'*imitation* de la typologie antérieure ; elles offrent peu de valeur nouvelle sur le marché, développent peu d'innovations ou en produisent de manière irrégulière.

Au centre du graphique, on trouve un bon nombre de petites et surtout de moyennes entreprises créées pour répondre comme sous-traitantes à de plus grandes entreprises d'assemblage de produits complexes et exportant une bonne partie de leur production ; certaines sont issues d'essaimages ou travaillent en réseau comme dans les districts industriels ou les systèmes productifs locaux. Ce sont aussi des prestataires de services comme des firmes en électricité et en électronique pour l'entretien des équipements ou comme le conseil en gestion des ressources humaines ou en implantation des nouvelles normes de qualité. On y retrouve également des sous-traitants pour des donneurs d'ordre localisés au Québec et exportant partiellement et qui exigent des prix concurrentiels, forçant les entreprises locales à s'approvisionner sur des marchés internationaux allant même jusqu'à la sous-traitance dans des pays où l'on trouve de la main-d'œuvre à bas prix. Pour répondre aux besoins de leurs clients, ces entreprises doivent avoir développé d'importantes capacités d'innovation.

On y trouve aussi des sous-traitants de premier ou de deuxième niveau pour les industries du transport et de l'équipement, notamment les firmes produisant des pièces métalliques et de plastique et celles œuvrant dans les contrôles électriques et électroniques. Celles-ci sont le plus souvent de fortes importatrices de matières premières ou de savoirs et d'équipements complexes pour les besoins de leurs donneurs d'ordre. Elles exportent au moins indirectement par l'intermédiaire de leurs donneurs d'ordre et parfois aussi directement, tout en étant le plus souvent liées à quelques clients seulement. Ces firmes sont fortement sollicitées pour moderniser leurs savoirs ou leurs équipements et leurs façons de faire et certaines, malgré tous leurs efforts, finissent par être remplacées par des firmes de pays émergents à cause de leurs coûts de main-d'œuvre inférieurs. D'autres sont incitées à suivre les multinationales ou les grandes entreprises nationales dans leurs déplacements dans les pays proches ou lointains pour conserver leurs marchés[13]. On peut ainsi dire que ces entreprises exportent plus ou moins indirectement sur les marchés internationaux par l'intermédiaire de leurs clients.

Le quadrant sud-est représente des PME qui exportent graduellement après avoir comblé les besoins du marché régional ou national. Parmi ces firmes, on trouve des exportateurs sporadiques, réagissant à des commandes extérieures non sollicitées de la même façon qu'elles répondent aux clients nationaux. Elles n'ont pas de stratégie arrêtée pour exporter et ne consacrent pas de ressources particulières pour ce faire (Julien *et al.*, 1994). À l'opposé, on trouve des PME exportant de façon délibérée afin d'élargir leur marché à mesure que leurs capacités se développent, tout en y allant de façon prudente en privilégiant leurs clients de base. Le plus souvent, elles commencent par un marché proche avant de s'étendre,

13. Nous avons étudié une telle firme québécoise installée au Mexique pour suivre son donneur d'ordre afin de conserver ce client. Ce type de comportement est plus répandu que nous le pensions, dès lors qu'on discute avec des sous-traitants de grandes firmes multinationales qui ont une stratégie de différenciation basée sur les prix et qui doivent ainsi appliquer toutes les stratégies permettant de réduire continuellement leurs coûts, parfois même en concédant une partie de la qualité.

suivant les enseignements définis par les modèles d'Uppsala (Johanson et Wiedersheim-Paul, 1975 ; Johanson et Vahlne, 1977) pour mieux apprendre à apprivoiser l'incertitude et à ainsi minimiser les risques. Certaines ont commencé leurs exportations en recourant à des agents pour ensuite s'implanter plus solidement à l'extérieur à mesure que le marché se consolidait. Elles profitent généralement de divers contacts dont certains proviennent de leurs achats sur le marché international pour développer leurs réseaux informationnels afin de mieux voir venir la concurrence et de mieux réagir au besoin (Zain et Ng, 2006).

Depuis une vingtaine d'années, on reconnaît aussi que des PME exportent de façon très importante, et ce, très tôt après leur création. Ces entreprises, que l'on qualifie d'entreprises à internationalisation précoce et rapide, ne profitent d'aucun effet d'apprentissage, mais bénéficient de réseaux et de contacts à l'étranger qui leur permettent de réduire l'incertitude des activités internationales (Knight et Cavusgil, 2004).

Enfin, le quadrant nord-est représente les PME les plus mondialisées, soit à cause de la spécificité de leurs produits, soit à cause d'une stratégie bien définie. Elles représentent moins de 5 % des PME dans la plupart des pays industrialisés. Comme nous l'avons dit plus haut, on trouve ici aussi des entrepreneurs qui aiment particulièrement les défis et qui ne craignent pas la concurrence internationale[14] ainsi que des exportateurs très précoces, aux produits souvent uniques et qui requièrent, pour être rentables, de nombreux petits marchés ici ou là ou des contacts internationaux pour des achats très typés (Oviatt et McDougall, 2005). Dans ces derniers cas, les vingt dernières années ont mis en évidence le phénomène des entreprises à internationalisation précoce et rapide qui se lancent sans complexe dans

14. Un bon exemple de ces cas est un petit producteur de mouches à lancer léger pour la pêche à la truite ou au saumon qui exporte dans plus de 25 pays par les réseaux de clubs de pêcheurs ou par le bouche-à-oreille. Ce dernier a commencé à fabriquer ses propres appâts pour ensuite répondre aux besoins de ses amis; mais comme il aimait voyager, il a profité des contacts internationaux de ces derniers pour visiter ces clubs et acheter en même temps des matériaux particuliers, notamment les plumes multicolores pour ses appâts (Julien et Morin, 1996).

les activités internationales tôt après leur création sans même tenter de saturer leur marché local (Knight et Cavusgil, 2004). Ces firmes défient les théories de l'apprentissage alors qu'elles présentent des caractéristiques singulières, une forte capacité d'innovation et d'absorption, une orientation stratégique leur permettant de réussir sur différents marchés où l'incertitude est omniprésente et importante, mais qui disposent aussi d'un environnement externe favorable et surtout de réseaux riches et efficaces (Desmares-Decaux, 2013). Ces PME « mondiales » utilisent, pour se positionner sur les marchés étrangers, divers moyens autres que l'exportation directe ou indirecte par des agents, telles les filiales ou les coentreprises avec des entrepreneurs locaux ou encore diverses formes d'alliances (Terjesen, O'Gorman et Acs, 2008), mais aussi des distributeurs qui prennent à leur charge une partie des activités qui nécessiteraient normalement l'embauche de personnel spécialisé (Desmares-Decaux, 2013).

Notons que ces distinctions ne sont pas exclusives : certaines firmes peuvent se situer dans plus d'un quadrant selon leurs différentes productions et les marchés couverts ; de même, elles peuvent évoluer d'un quadrant à l'autre selon les opportunités ou la stratégie choisie et les capacités développées dans le temps (Etemad et Wright, 2003).

Mais cette analyse explique avant tout que ce ne sont pas toutes les nouvelles entreprises qui doivent s'ajuster par rapport à la mondialisation et celles-ci n'y sont pas toutes reliées de la même façon. De même, on peut facilement imaginer que plus les nouvelles entreprises sont connectées aux marchés internationaux ou plus elles se rapprochent de l'extrémité nord-est de la figure, comme le montre la flèche, plus elles sont sujettes à la concurrence de firmes venant de partout dans le monde, plus elles font face à l'incertitude, plus elles doivent se distinguer dès le départ et innover systématiquement, et plus elles ont besoin d'aide pour maintenir ou développer leur position. Ce sont avant tout des PME de valorisation, sinon dans quelques cas, d'aventure, comme ce fut le cas du Cirque du Soleil.

## Conclusion

Comme on le voit par ce chapitre, les facteurs de création et d'innovation ou les déterminants ne peuvent être les mêmes selon le type d'entreprises nouvelles. Et même, les différences de dynamisme se distinguent selon ces types, comme nous le verrons d'ailleurs au chapitre 7 non seulement en étudiant les diverses comparaisons entrepreneuriales internationales, mais aussi avec une première analyse de données des régions québécoises qui ne sembleraient pas différer si on considérait toutes les entreprises.

Ces différences sont importantes par la suite pour les interventions. Doit-on favoriser ou soutenir toute création d'entreprises, ou encore les mesures sont-elles les mêmes pour n'importe quelle entreprise ?

Tout dépend des marchés visés et du niveau de concurrence. Plus les secteurs sont turbulents et nouveaux, avec de faibles barrières à l'entrée, plus de nouvelles firmes cherchent à y entrer, plus l'innovation et de nouvelles ressources sont importantes ; dans ces ressources, l'information devient le nerf de la guerre pour pouvoir se positionner et se développer.

En contrepartie, plusieurs PME existant depuis plusieurs années, mais innovant peu, peinent à s'ajuster à de tels environnements et souvent disparaissent plus ou moins rapidement ; d'autres se positionnent sur des créneaux, notamment pour les services de proximité et les productions à façon en délaissant les marchés plus ouverts.

Pour être utile, une telle recherche doit donc être capable de distinguer non seulement les entreprises, mais aussi les déterminants selon ces distinctions. C'est ce dont nous allons discuter dans le chapitre suivant.

Chapitre 6

# Les déterminants théoriques de l'entrepreneuriat

*C'est une chose étrange de voir avec quelle sorte d'ardeur fébrile les Américains poursuivent le bien-être, et comme ils se montrent tourmentés sans cesse par une crainte vague de n'avoir pas choisi la route la plus courte qui peut y conduire. L'habitant des États-Unis s'attache aux biens de ce monde, comme s'il était assuré de ne point mourir et il met tant de précipitations à saisir ceux qui passent à sa portée, qu'on dirait qu'il craint à chaque instant de cesser de vivre avant d'en avoir joui.*

Alexis de Tocqueville, 1835, tome 2, partie 2, chap. XIII, p. 220

Comme nous venons de le voir avec les différents types de PME, la réalité est toujours plus complexe qu'on ne le pense. Tant le dynamisme entrepreneurial que les variables explicatives ne peuvent se limiter à quelques déterminants ou à quelques événements survenant ici ou là dans un territoire et durant différentes périodes sans tenir compte du type d'entreprises et de leur influence de court et de long terme. Même un boom dans le secteur minier, comme ce fut le cas à la fin des années 2000, avec la très forte demande de la Chine, qui a causé une hausse spectaculaire du prix des minéraux, ou encore le retour massif de ressortissants, comme ce fut le cas à la fin de la guerre d'Algérie dans le Languedoc français, n'annonce pas nécessairement un entrepreneuriat durable. Au mieux, dans le premier cas, il peut expliquer la multiplication de petites entreprises pour ouvrir les chemins d'accès et certains prétraitements, pour s'affaiblir ensuite à mesure que les gisements s'épuisent.

Dans le deuxième cas, il peut susciter un boom de petites entreprises de construction domiciliaire qui s'estompera quelques années plus tard, à moins que l'immigration ne multiplie de nouvelles entreprises à production complexe qui étendront fortement dans le temps le dynamisme momentané dans le logement et le développement de firmes banales.

Dans les comparaisons interterritoriales, en plus de ces causes plus ou moins fortuites ou chanceuses, il faut tenir compte des conjonctures différentes selon les régions ou les pays, mais aussi de la période où l'étude est effectuée. D'ailleurs, le temps joue un autre rôle par le jeu des différents retards entre un changement important et ses effets sur l'entrepreneuriat. Par exemple, la mise en place d'institutions pour soutenir l'innovation dans la région, comme un centre de recherche ou des courtiers pour relier les chercheurs universitaires aux entreprises, demandera du temps avant que les entrepreneurs ne les connaissent bien pour faire appel à leurs services et que les institutions et leur personnel dédié à cette tâche ne s'adaptent aux besoins et au rythme de développement des entreprises. Il en est de même parfois des programmes favorisant l'entrepreneuriat qui prennent du temps à être connus, ou qui finissent par ne jouer aucun rôle quand un changement de gouvernement les remplace.

Mais même une forte conjoncture économique peut jouer dans les deux sens : trop d'emplois disponibles dans les entreprises en croissance n'incitent pas à créer sa propre firme, alors qu'une récession rend les marchés moins favorables à certaines créations, telles des productions de biens moins indispensables comme celles liées à l'industrie des loisirs ou à la publicité, puisque ces activités sont les premières à être retranchées des budgets familiaux ou de ceux des entreprises.

De même, comment bien tenir compte du poids des mécanismes qui favorisent l'innovation, alors que celle-ci relève non seulement de la présence d'institutions particulières dans un territoire, mais aussi du dynamisme de ceux qui dirigent les centres de recherche ou de valorisation ? L'innovation s'explique aussi par les liens que ces centres de recherche et de valorisation tissent avec les entreprises au cours des ans et avec

les bailleurs de fonds de capital de proximité s'ajoutant au financement formel (Trépanier *et al.*, 2013). La mesure des déterminants ne se limite pas à leur nombre, mais aussi à leur poids sur le type d'entreprises créées et pérennes et sur leur rythme de développement.

Ces questions touchant la variété et le poids des déterminants de l'entrepreneuriat et de l'innovation sont importantes pour bien comprendre leurs effets. Elles s'ajoutent à la subjectivité, notamment pour les facteurs plus qualitatifs comme les lois antimonopoles ou celles de protection des brevets, notées dans le modèle de l'OCDE, ou encore les règles diminuant les barrières à la création et encourageant cette création par une culture propice du milieu.

Dans ce chapitre, nous nous arrêterons d'abord à la subjectivité des causes ou des déterminants selon le type d'entreprises et la façon de les développer ainsi qu'à la complexité d'évaluation de ces types selon les territoires sur lesquels les entreprises rayonnent. Puis nous aborderons la question des incidences contradictoires de plusieurs facteurs et de l'effet temporel ou conjoncturel du temps de réaction des entrepreneurs à différents changements dans l'environnement socioéconomique, posant par conséquent un problème de mesure particulièrement complexe. Enfin, nous nous pencherons sur la pondération des variables. Ce qui finalement montrera que rien n'est facile dans les évaluations économiques et que toute corrélation entre plusieurs éléments n'implique pas nécessairement une relation causale, compliquant les interventions publiques qui ne savent pas toujours reconnaître les bonnes clés ou les bons leviers à actionner pour produire une action efficace.

## 6.1. La subjectivité et les relations

Comme l'expliquent les philosophes Gilles Deleuze (1953) ou Michel Foucault (1969), en science comme ailleurs, l'objectivité n'existe pas, en particulier du côté des applications qui relèvent de choix subjectifs et d'analyses orientées. Jacques Derrida (1981) précise d'ailleurs que tout langage

pour définir une réalité est lui-même matière à interprétation, sinon à déformation de celle-ci. Cela ne veut pas dire que la rigueur doit être absente des analyses ; mais ces dernières doivent s'appuyer sur un grand nombre d'observations et de vérifications pour être crédibles et utiles.

Par exemple, une des variables de la dynamique entrepreneuriale relative à la propre capacité des entrepreneurs est leur niveau de formation et d'expérience. Il est relativement facile de mesurer par enquête la formation de base de ces derniers et le nombre d'années dans le secteur de production. Mais comment tenir compte de la qualité et de l'évolution de cette formation, alors que bon nombre d'entrepreneurs suivent au cours de l'année des séminaires ou des conférences de toutes sortes ? Ajoutons aussi que leur expérience peut s'enrichir avec la participation directe ou indirecte de leur équipe de direction et des parties prenantes, comme un entrepreneur à la retraite ou un consultant particulièrement qualifié engagé pour faire adopter à l'organisation de nouvelles pratiques[1] ? Plusieurs autres déterminants sont aussi complexes, comme l'incidence de la fiscalité des entreprises. C'est pourquoi, comme les travaux de Acs *et al.* (2005) l'ont montré, cette dernière variable semblerait avoir peu d'effets sur la création d'entreprises, puisque les petites entreprises font généralement peu de profits dans leurs premières années d'existence. Dans ce cas, ce n'est pas directement le taux d'imposition qui pourrait inhiber l'intérêt à créer une entreprise, mais plutôt le fardeau administratif que représentent les nombreux formulaires à compléter pour être « en règle » avec l'État, alors que le dirigeant doit voir à tout dans son entreprise. De même, certaines barrières réglementaires récentes, comme celles servant à protéger l'environnement ou à mieux tenir compte du bien-être du personnel, pourraient inciter certains entrepreneurs à ne pas investir, sinon à déménager leur entreprise, à moins que d'autres avantages compensent ces coûts ou que ces entrepreneurs prennent conscience que les pressions mondiales sont en train de forcer tous les territoires

1. Il arrive même que ce consultant soit engagé à temps plein jusqu'à finir par remplacer le propriétaire-dirigeant, comme nous l'avons vu dans une moyenne entreprise de la région voisine.

à tenir compte de l'écologie et des conditions de travail des salariés[2]. Bref, les tentatives d'établir un lien statistique entre différents facteurs, l'entrepreneuriat et le développement socioéconomique se heurtent à plusieurs difficultés méthodologiques et réelles qui ne permettent pas nécessairement de refléter le caractère multidimensionnel et circulaire de l'entrepreneuriat. Ce qui explique plusieurs différences dans les résultats (Van Praag et Versloot, 2007 ; Audretsch, Grilo et Thurik, 2007 ; OCDE, 2008).

Ce problème de la mesure des déterminants se complique parce que non seulement les variables diffèrent selon les territoires et les types d'entreprises, mais surtout parce que leur combinaison est fort variée. Comme on l'a dit, une variable faible peut être compensée par une autre plus forte, ou encore une variable forte, mais en déclin, peut représenter des obstacles pour les nouvelles entreprises, alors que des variables moins importantes viennent contrebalancer cette faiblesse par l'apport de ressources provenant de l'extérieur, attirées par le dynamisme historique régional. Cette question de la mesure est d'autant plus complexe qu'elle doit, dans notre cas, être reliée à des situations particulières des régions du Québec et donc aux déterminants valables tant pour l'économie générale que pour l'économie des différents territoires. Il est vrai que dans une analyse multivariée, qui tient compte en même temps d'un grand nombre de variables, une partie du poids de certaines variables se retrouve plus ou moins incluse dans d'autres variables par effet indirect et l'incidence de variables économiquement plus nationales peut se diffuser sur des variables plus territoriales en affectant ainsi leur poids.

2. Comme c'est le cas maintenant en Chine, faisant suite à la multiplication des grèves, auparavant fortement réprimées, et au besoin d'augmenter la demande intérieure pour compenser la longue récession ayant suivi l'année 2008 dans les pays industrialisés. Ce qui amène les investisseurs à transférer leurs usines dans d'autres pays à faibles salaires comme le Bangladesh ou le Viêt Nam. Rappelons que le recours aux bas taux salariaux dans les industries à forte concentration de main-d'œuvre jouait aussi au Québec il y a 50 ou 60 ans. Par exemple, dans les années 1950-1960, plusieurs entreprises de vêtements déménageaient tous les dix ou quinze ans de village en village à mesure que les salaires évoluaient à la hausse grâce à l'amélioration de l'économie dans le village d'accueil.

Un autre problème de mesure des déterminants est que, sur le plan régional, le degré de maturité des différents secteurs est fort différent, faisant en sorte que leur dynamisme peut différer selon leur niveau de technicité ou de savoir de la main-d'œuvre et des institutions soutenant ce savoir. Par exemple, les secteurs à forte technicité réclament la présence d'universités non seulement pour soutenir la formation du personnel (Potter, 2008), mais aussi pour favoriser la recherche et le développement (Parent, Roy et St-Jacques, 2007). Mais, il n'est pas assuré que les liens territoriaux existent entre telle entreprise et l'université locale, alors que l'absence d'université sur le territoire n'empêche pas de développer des relations avec les institutions extraterritoriales comme l'ont montré St-Pierre et Trépanier (2011).

C'est ce qui explique souvent la localisation des entreprises à haut savoir dans les grandes villes pour profiter de la présence de plusieurs collèges et universités et ainsi d'une plus grande disponibilité du personnel fortement instruit et pour jouir des autres économies d'agglomération comme la diversité et la disponibilité des services aux entreprises. Toutefois, cette variable joue moins aujourd'hui avec le développement des technologies de l'information et de la communication, comme l'ont montré les comparaisons villes et milieux ruraux (Julien *et al.*, 1999). D'ailleurs, les études sur les parcs technologiques confirment que la plupart des firmes qui s'y localisent développent une grande partie de leurs liens avec des universités hors du parc (Storey et Strange, 1992 ; Shearmur et Doloreux, 2000). Par contre, dans les technologies intermédiaires, une certaine proximité semble avantageuse, comme l'ont établi Trépanier *et al.* (2013) dans le recours aux centres spécialisés des cégeps pour les PME québécoises.

Derrière cette question du niveau de formation et de son développement par une information riche et soutenue, on trouve les réseaux notamment ceux à signaux faibles (Ruef, 2002 ; Julien, Andriambeloson et Ramangalahy, 2004) mettant en relation, par exemple, les universités, les centres spécialisés des cégeps ou les firmes-conseils avancées et les entreprises. Ces réseaux offrent en sus de l'information sur les autres ressources nécessaires, les opportunités et l'innovation, favorisant la distinction des entreprises sur les marchés nationaux et internationaux.

Un autre facteur important pour soutenir la création d'entreprises et l'innovation est la présence de source de financement variée. Le financement formel par les banques et, dans plusieurs cas, du capital de risque, est disponible généralement partout sur le territoire, mais n'est accessible qu'à certaines nouvelles entreprises, les plus technologiques, et encore. Et cette disponibilité est différente quant au financement amical et de proximité qui exige justement une connaissance beaucoup plus intime des projets reposant sur des réseaux localisés (Julien, Lachance et Morin, 2004). Le rapport de Secor (Côté, Denis et Roy, 2008) sur le financement d'amorçage territorial au Québec semble bien démontrer que le retrait du financement de risque soutenu par l'État au Québec, compte tenu du besoin de détenir un portefeuille varié pour compenser les pertes par les gains, joue de plus en plus négativement sur la création d'entreprises technologiques, notamment dans les régions éloignées. De même, des impôts relativement élevés n'ont pas la même influence sur les entreprises fortement innovatrices dont les dépenses en R-D sont déductibles. D'autant que certains secteurs, notamment dans des régions ou pays en voie d'industrialisation, fonctionnent en partie au noir et échappent à l'effet des impôts et des taxes indirectes, comme c'est en partie le cas des entreprises en restauration domiciliaire ou même des garages de quartier dans les pays industrialisés.

Des études (Storey, 1994) ont aussi montré que la présence très forte de grandes entreprises sur un territoire peut jouer à l'encontre de l'entrepreneuriat en attirant les entrepreneurs potentiels dans des postes-cadres, avec évidemment moins de risques, des salaires élevés et divers avantages sociaux que les PME ne peuvent concurrencer et en retenant toute l'attention et, par conséquent, les aides offertes par les autorités publiques. C'est ce qu'expliquent les analyses de Kangasharju (2000) et de Binet, Facchini et Koning (2010), en mettant l'accent sur l'importance d'un bassin significatif de petites entreprises servant de modèles pour les cadres qui lanceront plus tard leur entreprise, et orientant diverses ressources informationnelles qui leur serviront plus tard.

## 6.2. Les effets contradictoires et temporels

Évidemment, l'effet des grandes entreprises sur un territoire peut être fort différent si ces dernières sont d'importants donneurs d'ordre, multipliant par le fait même les entreprises sous-traitantes à différents niveaux, comme c'est le cas pour la région d'Acton Vale en Estrie avec ses dizaines d'entreprises travaillant pour Bombardier Produits récréatifs ou celle de La Pocatière (Doloreux et Dionne, 2008). C'est aussi le cas pour des régions comme la vallée de l'Arc pour le décolletage des métaux en France (Abrantes et Benko, 2004), même si cette grande spécialisation peut entraîner des conséquences néfastes lorsque le secteur est concurrencé très fortement par les importations des pays à bas salaires.

La création d'entreprises peut être également fortement influencée par la conjoncture : il est en général plus facile de créer des entreprises alors que les revenus croissent, en particulier les entreprises banales, même si le chômage de la basse conjoncture incite plusieurs chômeurs à tenter de créer leur propre entreprise (Contini et Revelli, 1987).

Ces effets contradictoires selon la conjoncture ou selon les changements technologiques posent de nouveaux défis dans l'analyse des causes ou des déterminants, en particulier lorsqu'ils influent à retardement sur l'entrepreneuriat.

Par exemple, l'incidence des importations à bas prix peut être annulée pour des productions qui évoluent rapidement, requièrent des qualités particulières et nécessitent de fréquentes discussions entre donneur d'ordres et sous-traitants. C'est ce que nous avons constaté à plusieurs reprises chez certains sous-traitants de Bombardier dans le cadre de nos travaux à la chaire universitaire de transfert de connaissances. Après quelque temps, nous avons même assisté au retour de productions envoyées en Chine pour des questions de qualité et de délai dans une production à flux tendu (en juste-à-temps) pour laquelle la proximité joue un rôle primordial (Julien *et al.*, 2003b).

L'effet du temps est aussi très important pour mesurer l'incidence des politiques publiques. Par exemple, les effets de l'implantation d'une université dans une région prendront beaucoup de temps à se faire sentir tant sur le plan de la formation des personnels de direction que sur celui du développement des relations entre chercheurs et entrepreneurs. C'est vrai aussi lorsqu'on examine les répercussions des programmes d'aide gouvernementale qui demandent du temps pour être connus, utilisés et s'ajuster à la complexité de réalités différentes selon les entreprises et les régions. C'est ce qui explique les limites de l'enquête auprès des experts du projet GEM qui ont souvent, d'une part, des comportements de mimétisme selon l'humeur de quelques-uns plus connus et des médias qui reprennent leur analyse et qui, d'autre part, sont forcés de répondre de l'efficacité de certaines politiques ayant des effets à moyen terme, sinon des effets particulièrement subtils évaluables seulement à long terme.

Un problème complémentaire réside dans le fait que les effets de certaines variables n'interviennent pas nécessairement de la même façon selon les facteurs. C'est ainsi que plusieurs déterminants relevés dans le modèle de Ahmad et Hoffman (2007), comme ceux touchant la technologie, la formation entrepreneuriale ou les conditions du marché, influencent la création et le développement de certaines entreprises au détriment des autres. Ce qui veut dire que rechercher sans nuances les mêmes explications touchant la création ou le développement de toutes les entreprises mène probablement à un cul-de-sac, surtout si ces facteurs ne sont pas bien pondérés.

## 6.3. La question de la pondération des facteurs

La question de l'importance relative et du poids de chaque déterminant par rapport aux autres, et ce, selon les territoires, peut être la clé permettant d'expliquer leur dynamisme. Par exemple, dans un territoire où les entreprises sont à haut savoir, la présence des centres universitaires de recherche appliquée est importante, en nuançant toutefois le poids

de cette variable. Mais l'effet est circulaire : plus les entreprises ont recours au savoir universitaire, plus ce dernier s'adapte aux besoins des entreprises en développant des ressources particulières et meilleure est son intervention auprès des entreprises. De même, les investissements pour aider à multiplier les liens entre les institutions et les entreprises auront des effets à long terme fort importants. Par contre, dans d'autres territoires aux productions plus traditionnelles, les universités ne jouent pas le même rôle vis-à-vis de la formation des cadres. De même, le système de brevets ne touche pas de la même façon les industries traditionnelles et les plus nouvelles, comme les industries de chimie fine ou de nouvelles énergies. La formation des entrepreneurs a aussi un effet différent selon l'activité qu'ils veulent réaliser, celle-ci exigeant des compétences plus ou moins techniques, mais aussi des compétences relationnelles et managériales à des degrés divers. Le capital de proximité est aussi moins important pour les très petites entreprises banales que pour celles à fort potentiel de développement.

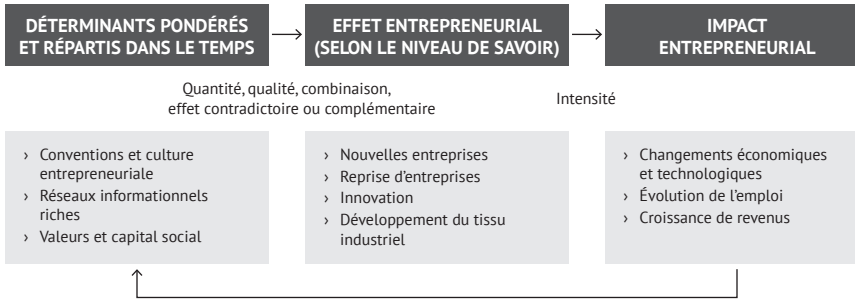
Toutes ces nuances montrent que les analyses ne sont pas faciles et doivent tenir compte dans leur interprétation des différences importantes entre les types d'entreprises créées et développées. Ce n'est donc pas surprenant que les analystes travaillant à mesurer les déterminants généraux pour l'ensemble des entreprises ne s'entendent pas, par exemple, sur le poids de la variable demande, variable économique relevant de l'évolution des revenus par habitant et démographique touchant le nombre de clients potentiels.

On peut penser toutefois que les facteurs culturels et donc les conventions dans la région peuvent être des clés pour stimuler non seulement la création d'entreprises banales, mais pour favoriser la transformation du tissu industriel. Dans cette transformation, le développement des réseaux à information riche pour diminuer l'incertitude chez les entrepreneurs actuels et potentiels joue un rôle très important dans la prise de risque et l'innovation (Julien et St-Pierre, 2012). En d'autres mots, ce qui semble faire la différence entre les régions dynamiques et celles en retard se résume non seulement à la qualité des ressources territoriales et à la présence

d'entrepreneurs particulièrement entreprenants, innovants et ouverts sur le marché extérieur, mais aussi à toutes sortes de liens internes et externes entre eux et diverses institutions territoriales et extraterritoriales fournissant ressources, compétences, connaissances, technologies et innovations (Aldrich et Zimmer, 1986 ; Minguzzi et Passaro, 2000). Ces liens, offrant une culture entrepreneuriale dynamique, permettent de dépasser les contraintes de l'incertitude économique et de l'ambiguïté informationnelle tout en recourant aux ressources externes pour des besoins généralement plus complexes.

On peut résumer (figure 6.1) les relations entre tous ces déterminants, y compris les déterminants socioculturels, et la multiplication et le développement des entreprises existantes confrontées au changement économique et technologique favorisant la création d'emplois et la croissance des revenus sur un territoire. Ce schéma rappelle l'importance de la pondération des déterminants et de la période retenue pour l'analyse. Il explique aussi qu'il faille distinguer les grands types d'entreprises, sachant que les déterminants ne sont pas les mêmes pour toutes les nouvelles entreprises. Rappelons aussi que toute analyse en ce sens doit se pencher non seulement sur les *déterminants quantitatifs*, mais aussi sur les *déterminants qualitatifs*,

**Figure 6.1**
Relations entre la culture entrepreneuriale, l'entrepreneuriat et le développement socioéconomique des territoires



comprenant ainsi que l'entrepreneuriat commence dans l'esprit des acteurs tant individuels que collectifs. Ce qui revient à la vieille conception d'*esprit d'entreprise* tombée en désuétude et remplacée par le mot *entrepreneuriat*, mais qui est toujours actuelle et présente chez les entrepreneurs et leur milieu. Enfin, la question d'*intensité* et de *combinaison* des déterminants ou des facteurs doit être prise en compte, avec des rétroactions illustrées par la ligne en bas de la figure.

Mais, encore une fois, travailler sur des données comparatives d'économies fort disparates, avec une histoire socioéconomique particulière et des forces et des faiblesses qui continuent à évoluer plus ou moins rapidement selon les territoires pose des défis importants. L'objectif est toujours de trouver des relations valables et utilisables pour soutenir des interventions favorisant l'entrepreneuriat.

En définitive, tout cela doit nous aider à définir les meilleurs leviers pour soutenir l'entrepreneuriat et le développement des populations territoriales. Ces leviers se trouvent en recomposant les données historiques et, si possible, prospectives, mais aussi en établissant le plus de liens possible entre elles. C'est ce dont nous discuterons dans le chapitre suivant à la lumière des mises en garde présentées ici.

Chapitre 7

# Les différentes mesures de l'entrepreneuriat[1]

*Depuis ce temps, une grande révolution a eu lieu dans le monde ; la propriété industrielle, qui n'était qu'un germe, s'est développée, elle couvre l'Europe ; la classe industrielle s'est enrichie de toutes les autres ; elle a crû en nombre, en importance, en richesse [...] cependant les idées et les habitudes n'ont point changé, parce qu'elles sont vieilles et ensuite parce qu'elles se trouvent en parfaite harmonie avec les idées nouvelles et les habitudes générales des hommes de nos jours.*

Alexis de Tocqueville, 1835, tome 2, partie 4, chap. V, p. 507

Comme nous l'avons vu précédemment, l'entrepreneuriat est un phénomène particulièrement complexe dont les répercussions varient selon les périodes, les territoires et leur culture (Gartner, 1985 ; Low et MacMillan, 1988 ; Begley et Tan, 2001 ; Julien, Marchesnay et Vier Machado, 2010). Il est difficile à appréhender et concerne divers types d'entrepreneurs issus de divers milieux soutenant leur action. Il s'explique par la création et la transformation des entreprises et même celle des secteurs, mais aussi

1. Notre recension des travaux n'a pas permis de mettre à jour bon nombre de données anciennes qui s'avèrent les plus pertinentes pour notre discussion, de sorte que nous avons fait le choix de les utiliser en mettant toutefois le lecteur en garde sur les conclusions qu'on pourrait en tirer dans un contexte fort différent de celui où elles ont été produites.

par leur disparition ou leur étiolement, dus aux changements technologique et démographique ou à l'épuisement des ressources tant naturelles qu'humaines qui avaient d'abord attiré les investissements. Aussi est-il si difficile de préciser l'importance de ces variables explicatives ou déterminants et leurs effets sur l'entrepreneuriat à travers le temps et de construire une mesure agrégée reflétant l'ensemble de ces facettes.

Comme c'est l'objectif de cet ouvrage, il est important pour toute politique, tant nationale que régionale, de préciser le mieux possible les données tant statistiques que pratiques et de mesurer le poids de ces variables tout en tenant compte des possibilités d'intervention en s'appuyant sur des théories et des concepts valables tirés de recherches empiriques variées.

Pour mieux comprendre ces possibilités et ces limites, il est bon d'analyser les travaux antérieurs qui ont voulu mesurer l'entrepreneuriat. Le défi est d'identifier les mesures empiriques qui saisissent le mieux ce concept et les divers éléments nécessaires pour en évaluer la pertinence.

Nous allons donc distinguer les différentes mesures touchant les éléments clés de l'entrepreneuriat. Nous allons d'abord discuter des données sur le nombre d'entrepreneurs et le nombre d'entreprises pour ensuite faire une première application sur l'économie québécoise récente comparée notamment à celle de l'Ontario. Puis nous nous arrêterons sur les variables touchant le développement des PME, suivies de celles s'arrêtant à la valeur créée par les nouvelles entreprises, et enfin celles mesurant leur capacité à innover. En troisième lieu, nous discuterons de quelques applications sur le niveau entrepreneurial des régions québécoises. En conclusion, nous reviendrons sur la valeur respective de ces données et sur les conséquences de ces analyses sur le choix et l'application des divers déterminants selon le type d'entrepreneuriat à promouvoir.

## 7.1. Les données sur l'entrepreneuriat en général

Il existe différentes façons de mesurer l'entrepreneuriat. On peut, par exemple, évaluer le nombre d'entrepreneurs ou de travailleurs non salariés, ou s'en tenir à la création et la disparition des entreprises enregistrées. On peut encore s'intéresser au développement des entreprises, à leur taux de survie ainsi qu'à leur évolution en comparant les entreprises stagnantes à celles en croissance ou en forte croissance et en examinant leur poids par rapport à l'emploi total. Enfin, on peut étudier l'importance de l'innovation permettant à l'entrepreneuriat d'être concurrentiel et de se développer. Le tableau 7.1 résume les mesures les plus utilisées en citant divers auteurs récents qui ont travaillé sur ces dernières.

### 7.1.1. Les mesures du nombre d'entrepreneurs ou de travailleurs indépendants

La première mesure sur le nombre d'entrepreneurs est ancienne et relève des concepts développés notamment par Hawley (1907) ou Knight (1921) dans lesquels les dirigeants assument l'incertitude (quant à leur rémunération) plutôt que de se lier à un patron. Elle a permis de briser le vieux mythe soutenant l'importance des grandes entreprises par rapport aux petites qui ne valaient guère la peine d'être étudiées puisque la grande majorité d'entre elles, plus de 80 %, disparaissait dans les premières années d'existence. Mais en suivant pas à pas les entrepreneurs sur plusieurs années, comme propriétaire d'une entreprise ou comme travailleur autonome, on a constaté que certaines disparitions relevaient de divers comportements entrepreneuriaux comme le déménagement d'une entreprise d'un local temporaire à un local permanent, comme un changement de nom conforme à l'évolution des opérations due à une meilleure connaissance du marché, comme un arrêt temporaire de la production ou encore comme une fusion dans une autre entreprise. D'autant plus que l'on sait que près de 20 % des nouvelles entreprises proviennent d'entrepreneurs ayant délaissé le marché soit à la suite d'une fermeture ou d'une faillite, soit à la suite de la vente de leur entreprise antérieure.

**Tableau 7.1**
Mesures identifiées pour analyser les différents aspects de l'entrepreneuriat

| Aspect de l'entrepreneuriat | Mesure identifiée | Auteurs clés |
|---|---|---|
| **Entrepreneur** | – Taux général d'autoemploi ou de travailleurs autonomes<br>– Taux spécifique d'autoemploi<br>– Nombre de propriétaires-dirigeants<br>– Nombre d'entrepreneurs potentiels ou naissants | Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Ahmad (2008), Van Stel (2008), Xavier *et al.* (2013). |
| **Création et disparition des entreprises** | – Taux de création et de disparition (ou taux de renouvellement) des entreprises<br>– Indice de l'activité entrepreneuriale totale | Gartner et Shane (1995), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Ahmad (2008), Davis (2008), Xavier *et al.* (2013). |
| **Développement d'entreprises** | – Nombre d'entreprises en croissance et en décroissance<br>– Taux de survie<br>– Part des gazelles | Julien, Mustar et Estimé (2001), Dobbs et Hamilton (2007), Van Praag et Versloot (2007), Ahmad (2008), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Acs, Parsons et Tracy (2008), OCDE (2010). |
| **Emplois générés** | – Nombre total des emplois créés et disparus<br>– Taux de création brute d'emplois chez les entreprises créées et en croissance | Van Praag et Versloot (2007), Ahmad (2008), OCDE (2010). |
| **Innovation** | – Dépenses en R-D<br>– Nombre de brevets d'invention<br>– Importance des nouveaux produits ou des changements dans les processus dans les dernières années<br>– Importance du bricolage | Mole et Worrall (2001), Nooteboom (2008), Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008), Madrid-Guijarro, García et Van Auken (2009), Baker et Nelson (2005). |

Ce qui signifie que ne la persévérance des entrepreneurs est beaucoup plus grande que ne le laissaient croire les statistiques nationales (Phillips et Kirchhoff, 1989 ; Kirchhoff, 2010).

Cette mesure touche l'évolution du nombre d'entrepreneurs et peut inclure ou non les travailleurs agissant à leur propre compte (comme travailleurs indépendants ou autonomes, ou comme patron d'un ou de deux employés), les propriétaires dirigeants d'entreprises plus grandes, les entrepreneurs potentiels ou naissants, en voie de créer une entreprise (comme le font Thurik, Wennekers et Uhlaner, 2002) ou en démarrage selon le GEM et comme le récapitule le tableau 7.2. Ce tableau présente aussi succinctement quelques avantages et désavantages, du point de vue statistique, à utiliser ces mesures ; il tient aussi compte des résultats de différentes applications répertoriées par Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008) et par Marcotte (2013) comparant la performance de différents pays et sur lesquels nous reviendrons plus en détail en conclusion.

Dans ce tableau, nous trouvons deux taux, soit le « Taux général d'autoemploi » et le « Taux spécifique d'autoemploi ». Le premier taux mesure la capacité de l'entrepreneur de créer sa propre entreprise pour être indépendant. Le second ou le « taux spécifique » s'arrête plutôt à l'évolution et donc à une perspective d'innovation dans la mesure où cette création et sa poursuite relèvent des capacités du fondateur de transformer régulièrement son entreprise à partir de ses propres compétences, notamment en saisissant une ou des opportunités (Kirzner, 1973 ; Schultz, 1980 ; Audretsch, 2002). Ce dernier point de vue reconnaît l'importance du capital humain sur un territoire, ou la capacité des entrepreneurs potentiels ou actuels de ce territoire à développer de nouvelles combinaisons en utilisant les ressources disponibles afin d'offrir un bien ou un service pour entrer et, ensuite, chercher à maintenir leur entreprise sur le marché (Schumpeter, 1934).

On doit ajouter à ces deux taux celui des entrepreneurs *naissants* en lien avec les études du GEM. Cet indicateur mesure, en plus des entreprises en activité depuis plus de trois mois et jusqu'à quarante-deux mois,

**Tableau 7.2**
Mesures basées sur l'entrepreneur

| Mesure | Avantages | Limites des résultats | **Résultats comparés** (selon les travaux de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller [2008] et de Marcotte [2013]) |
|---|---|---|---|
| **Taux général d'autoemploi**<br>Pourcentage des travailleurs autonomes ou indépendants par rapport à la main-d'œuvre active. | – Mesure utilisée dans plusieurs pays.<br>– Bases de données nationales comparables, compte tenu d'une certaine similarité de définition (une amélioration est toutefois nécessaire en ce qui concerne la définition et la collecte) (Audretsch, 2002). | – Flous entourant la définition des travailleurs autonomes ou indépendants.<br>– Pas de distinction claire entre travailleur indépendant et patron avec ou sans employé salarié.<br>– Inclusion par quelques pays seulement des employés familiaux non payés.<br>– Prise en compte ou non du travail autonome vu comme occupation secondaire dépendant du temps alloué à cette occupation par rapport au travail principal.<br>– Aucun consensus sur le dénominateur utilisé. | – La Turquie et la Grèce seraient les pays les plus entreprenants selon cette mesure. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Taux spécifique d'autoemploi**<br>Pourcentage de travailleurs indépendants hautement qualifiés par rapport à la main-d'œuvre active.<br>L'objectif est de déterminer la capacité des centres de production à innover. | – Mesure plus précise pour contrer les problématiques du taux général de travailleurs indépendants.<br>– Mesure plus spécifique pour distinguer les pays par rapport à un aspect particulier de l'entrepreneuriat qu'est l'innovation. | – L'indicateur ne constitue pas le moyen optimal d'identifier les activités d'innovation, car certains individus hautement qualifiés peuvent diriger des entreprises peu innovantes (par exemple, les bureaux de médecins, de notaires, de comptables agréés). | – La définition des secteurs de basses et de hautes qualifications varie selon les pays.<br>– La France et la Belgique posséderaient un faible taux de travailleurs indépendants dans les secteurs de hautes qualifications alors qu'elles afficheraient un haut taux dans les secteurs de basses qualifications. |
| **Taux de propriétaires dirigeants**<br>Pourcentage de propriétaires dirigeants d'entreprises par rapport à la main-d'œuvre totale. | – Mesure plus spécifique pour analyser le nombre d'individus qui contrôlent les organisations dans une économie donnée. | – Surestimation du nombre d'entreprises à cause des firmes dirigées par plus d'un entrepreneur, comme dans le cas de plusieurs propriétaires à parts égales. | – La Grèce et l'Italie figureraient en tête de classement selon cette mesure. |
| **Taux d'entrepreneurs potentiels à partir d'une mesure de l'intention entrepreneuriale**<br>Nombre d'entrepreneurs potentiels ou naissants (en prédémarrage ou en démarrage d'entreprise) par rapport à la main-d'œuvre active.<br>Individus qui préféreraient, s'ils avaient le choix, être travailleurs indépendants plutôt qu'employés salariés. | – Indicateur spécifique pour analyser le nombre d'entrepreneurs dits « naissants ». | – Les intentions ne se transforment pas nécessairement en actions concrètes ou en une création réelle, et encore près de 20 % des entreprises en démarrage ne franchissent pas la première année. | – La Pologne, le Portugal et les États-Unis seraient, selon cette mesure, en tête de liste parmi les pays industrialisés. |

Source : Adapté de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008).

les entreprises en démarrage de moins de trois mois. Il s'explique soit par une opportunité à exploiter pour un entrepreneuriat *volontaire*, soit par ce que les chercheurs du GEM appellent l'entrepreneuriat *par nécessité*, comme dans le cas d'un licenciement potentiel ou réel. Bien que dans ce cas, il est plus probable que l'opportunité soit latente, ayant germé depuis quelque temps, notamment dans les pays avec un système d'assurance-emploi qui est autrement l'alternative normale à la création d'une entreprise.

À noter que ces mesures touchant l'entrepreneur effectif ou naissant sont des mesures de *stock* relevant de l'incertitude liée à un salaire, sinon à un profit incertain pour les propriétaires d'entreprise, à l'encontre des mesures de *flux* touchant la création et la disparition des entreprises.

### 7.1.2. Les mesures de création et de disparition des entreprises

Les mesures de création et de disparition des entreprises sont les plus usitées, mais sous différentes formes. Les principales mesurent le taux d'entrée et de sortie des entreprises, ou encore le taux de renouvellement, soit la somme des entrées et sorties (Masuda, 2006 ; Salgado-Banda, 2007). Comme on l'a vu avec le GEM, il faut ajouter à ces indicateurs l'indice d'activité entrepreneuriale totale (TEA) mesurant non seulement les entreprises en activité depuis plusieurs mois, mais aussi les entreprises en démarrage, que ces dernières réussissent cette phase délicate et pleine d'embûches ou non. Évidemment, ces indicateurs donnent des résultats fort différents, comme on peut le voir au tableau 7.3.

Le taux d'entrée ou de création d'organisations s'inscrit dans une perspective d'entrepreneuriat réel ou effectif (Ahmad, 2008 ; Davis, 2008). Il est aussi possible de le voir dans une perspective d'innovation, selon le concept de *destruction créatrice* de Schumpeter, même si l'arrivée des entreprises dans une économie donnée, quels que soient la nouveauté et le simple remplacement sur un nouveau site d'entreprises concurrentes, ne garantit évidemment pas leur maintien ou leur survie.

**Tableau 7.3**
Mesures basées sur la création et la disparition d'entreprises

| Mesure | Avantages | Limites des résultats | Résultats comparés (selon les travaux de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller [2008] et de Marcotte [2013]) |
|---|---|---|---|
| **Résultats comparés selon les travaux de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008)** | | | |
| **Taux d'entrée**<br>Pourcentage du nombre de nouvelles entreprises par rapport à la totalité des entreprises dans un pays. | – Indicateur mesurant un résultat réel et non une intention.<br>– Mesure spécifique pour analyser le niveau de turbulence et le processus de destruction créatrice. | – Différence entre plusieurs pays quant à la définition et surtout à l'identification des toutes nouvelles firmes ; ce qui complique les comparaisons internationales. | – L'Allemagne et le Japon ont un taux comparable de propriétaires-dirigeants, mais l'Allemagne possède deux fois plus d'entrées d'entreprises que le Japon. |
| **Taux de sortie**<br>Pourcentage du nombre d'entreprises disparues par rapport à la totalité des entreprises dans un pays.<br><br>**Taux de renouvellement des entreprises**<br>Somme des taux d'entrée et de sortie d'entreprises dans un pays au total ou selon les industries. | – Données extraites des registres administratifs, lesquels minimisent le problème d'erreur de mesure.<br>– Bases de données nationales et régionales disponibles (comparabilité possible avec une harmonisation des définitions d'entrée et de sortie et des collectes de données). | – L'analyse organisationnelle dépend nécessairement de la façon dont les indicateurs seront définis et calculés (toutes les entrées ne représentent pas de nouvelles firmes : on peut y trouver des réactivations, des reprises, des changements de statut, etc.). | – Le Danemark et les pays anglo-saxons sont les pays les plus entreprenants selon le niveau de turbulence. |

**TABLEAU 7.3** (*suite*)

| Mesure | Avantages | Limites des résultats | Résultats comparés (selon les travaux de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller [2008] et de Marcotte [2013]) |
|---|---|---|---|
| | | **Résultats comparés selon les travaux du GEM (2012)** | |
| **Indice de l'activité entrepreneuriale totale (TEA dans le projet GEM)**<br>Part de la population adulte engagée dans le démarrage d'une entreprise (moins de 3 mois) ou de propriétaires dirigeants d'une entreprise ayant entre 3 et 42 mois d'existence. | – Mesure tentant de capturer plusieurs dimensions de l'entrepreneuriat naissant (nouvelles firmes en phase de création).<br>– Base tirée d'enquêtes annuelles par échantillons disponibles dans plusieurs pays (meilleure comparabilité avec une amélioration méthodologique de collecte dans les dernières années). | – Analyses et interprétations compliquées par le fait d'agréger différents aspects de l'entrepreneuriat. Deux pays peuvent facilement indiquer des résultats TEA similaires avec des taux de démarrage réel très différents.<br>– Méthodologie discutable par manque de consistance et de comparaison particulière selon les pays. | – Pour les pays en développement, la Zambie, le Ghana, l'Ouganda, le Malawi et le Nigeria affichent les plus hauts taux TEA en 2012.<br>– Pour les « pays à économie efficiente », nous trouvons les États-Unis, Singapour, les Pays-Bas, l'Autriche et le Royaume-Uni.<br>– À noter que toutes ces listes changent selon les périodes, et souvent rapidement, ce qui est très problématique. |

Note : Les colonnes ne sont pas en liaison stricte, comme l'expliquent Iversen *et al.* et le GEM.
Source : Adapté de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008, p. 26-33) et de nos propres analyses.

Pour avoir une mesure plus appropriée à la dynamique entrepreneuriale et un portrait plus complet, il est alors nécessaire de prendre en considération les taux de sortie. L'activité entrepreneuriale, comme on l'a constaté tout au long de ce travail, s'explique par un processus dynamique dans lequel de nouvelles entreprises naissent, des entreprises existantes se développent et d'autres sortent du marché. Dans ce dernier cas, la sortie des entreprises n'est pas nécessairement synonyme d'échec.

L'addition des entrées et des sorties d'entreprises constitue le taux de renouvellement des entreprises, caractérisé par la création d'entreprises nouvelles et la disparition de celles qui sont moins productives. Ce taux mesure donc le degré de turbulence ou de volatilité au sens du processus de destruction créatrice dans lequel de nouvelles méthodes de gestion et de production renouvellent les pratiques existantes et font disparaître les firmes incapables de s'adapter.

Par ailleurs, l'indice d'activité entrepreneuriale totale (TEA) tente de déterminer le nombre d'individus impliqués dans la création toute nouvelle ou récente d'entreprises, qu'elles viennent tout juste de démarrer ou que cela fasse quelques semaines (Xavier *et al.*, 2013). Ce groupe d'individus inclut les entrepreneurs dits *naissants* et une faible proportion de propriétaires dirigeants de jeunes firmes. Cet indice, en agrégeant ces deux aspects de l'entrepreneuriat, rend particulièrement difficiles son interprétation et encore plus les comparaisons ne tenant pas compte des comportements (par exemple la création seule ou à plusieurs, la persévérance jusqu'à la consolidation, etc.). Il fournit donc un portrait discutable de l'entrepreneuriat, et c'est ce qui explique que la plupart des grandes institutions internationales comme l'OCDE refusent ses conclusions.

### 7.1.3. Quelques applications au Québec en comparaison avec le reste du Canada

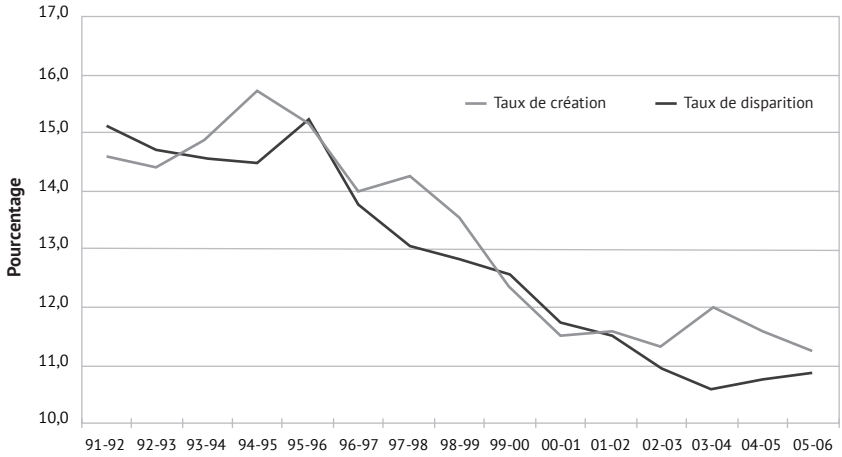
De telles mesures de *flux*, comme on l'a dit, expliquent les changements entrepreneuriaux. Elles peuvent être assimilées au changement démographique des entreprises. Comme dans le cas de la population, elles évoluent selon la période étudiée.

Au Québec comme ailleurs, les années 1970 ont été particulièrement propices à la création d'entreprises avec l'arrivée des baby-boomers et l'entrée sur le marché des femmes entrepreneures, ce qui a donné un rythme d'environ 20 % de création d'entreprises nouvelles par année. Ce fort rythme s'est toutefois estompé avec le ralentissement de l'arrivée des entrepreneures et surtout le vieillissement de la population. À la figure 7.1, on peut constater qu'il est passé, pour le Québec, de 15 % dans les années 1990 à environ 11 % dans les années 2005-2006. On peut aussi remarquer dans cette figure une première période, 1991 et 1992, où les disparitions dépassent les créations, suivies d'autres périodes où les deux se rejoignent (notamment les années 1999-2002) pour s'éloigner en diminuant par la suite, montrant des fluctuations dans le dynamisme entrepreneurial.

Le rythme de créations et de disparitions varie toutefois selon la taille des entreprises, comme on peut le voir au tableau 7.4 dans lequel le taux de création le plus élevé porte sur les toutes petites entreprises, près de 94 % des créations, dont la plus grande partie est constituée de travailleurs autonomes. Viennent ensuite les entreprises de 5 à 19 employés.

Comme dans la plupart des pays, moins de 1 % des entreprises, ou plutôt des établissements, sont créés avec plus de 500 employés ; il s'agit le plus souvent de filiales d'entreprises multinationales considérées comme de nouvelles entreprises sur le sol national. Le tableau montre aussi que les taux de création selon les tailles sont supérieurs aux taux de disparition, sauf pour les entreprises de 250 à 499 employés, ce qui explique pourquoi les petites entreprises continuent d'augmenter leur part dans l'emploi total depuis les années 1970.

**Figure 7.1**
Taux de création et de disparition des entreprises au Québec, 1991-1992 à 2005-2006




Source : Compilation à partir des données du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec, Direction de l'analyse économique.

**Tableau 7.4**
Taux de création et de disparition des entreprises selon la taille par tranches d'emplois au Québec, moyenne 2001-2002 à 2005-2006

| | Entreprises créées | | Entreprises disparues | |
|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Taux de création | Nombre | Taux de disparition |
| **Tranche d'emplois** | ***n*** | **%** | ***n*** | **%** |
| 1 à 4 | 25 509 | 15,1 | 23 930 | 14,3 |
| 5 à 19 | 1 404 | 3,1 | 1 375 | 3,0 |
| 20 à 49 | 230 | 1,7 | 227 | 1,7 |
| 50 à 249 | 82 | 1,6 | 83 | 1,2 |
| 250 à 499 | 5 | 0,9 | 11 | 1,9 |
| 500 et plus | 6 | 0,9 | 4 | 0,7 |
| **Total** | **27 237** | **11,5** | **25 631** | **10,9** |

Note : Le taux total représente le nombre d'entreprises créées ou disparues par rapport au nombre d'entreprises totales incluant celles-ci.
Source : Compilation à partir des données du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec, Direction de l'analyse économique.

Cette mesure de la création et de la disparition des entreprises peut être reprise pour en comparer la volatilité, par exemple, entre le Québec et l'Ontario ou le Canada, comme on peut le voir au tableau 7.5. La création d'emplois est supérieure en Ontario non seulement à cause d'une plus forte population, mais aussi à cause d'une immigration beaucoup plus importante qui agit notamment sur la création d'entreprises banales, effet bien expliqué par Shapero (1975). À noter que les chiffres diffèrent quelque peu entre les deux tableaux.

**Tableau 7.5**
Nombre d'entreprises créées et taux de création, par tranches d'emplois, Québec, Ontario et Canada, moyenne 2001-2002 à 2005-2006

| | Québec | | Ontario | | Canada | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Entreprises créées | Taux de création | Entreprises créées | Taux de création | Entreprises créées | Taux de création |
| Tranche d'emplois | *n* | % | *n* | % | *n* | % |
| 1 à 4 | 25 509 | 15,1 | 50 410 | 19,0 | 134 916 | 17,3 |
| 5 à 249 | 1 716 | 2,6 | 3 196 | 3,4 | 8 047 | 3,1 |
| 250 et plus | 9 | 0,7 | 16 | 0,8 | 36 | 0,8 |
| **Total** | **27 235** | **11,5** | **53 623** | **14,8** | **142 998** | **13,7** |

Note : Le taux total représente le nombre d'entreprises créées ou disparues par rapport au nombre d'entreprises totales incluant celles-ci.
Source : Compilation à partir des données du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec, Direction de l'analyse économique.

Le tableau 7.6 montre toutefois que cet avantage de l'Ontario est moindre dans certains secteurs comme celui de la fabrication. Ce qui est moins vrai dans le secteur de la construction ou dans celui du commerce de détail. Ce dernier cas s'explique en bonne partie par la forte construction de logements dans la région de Toronto pour cette période ; activité ayant toutefois fortement ralenti dans les dernières années. Ajoutons que le lecteur intéressé pourra consulter les mêmes sources afin d'obtenir des données détaillées par sous-secteurs.

**Tableau 7.6**
Nombre d'entreprises créées et taux de création, par secteurs d'industries, Québec, Ontario et Canada, moyenne entre 2001-2002 et 2005-2006

| | Québec | | Ontario | | Canada | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre d'entreprises créées | Taux de création | Nombre d'entreprises créées | Taux de création | Nombre d'entreprises créées | Taux de création |
| **Secteur d'industries** | ***n*** | **%** | ***n*** | **%** | ***n*** | **%** |
| Agriculture, foresterie, pêche et chasse | 1 212 | 8,8 | 1 144 | 10,3 | 6 292 | 10,4 |
| Extraction minière et extraction de gaz et de pétrole | 44 | 13,1 | 122 | 19,3 | 1 329 | 16,0 |
| Services publics | 14 | 11,6 | 43 | 14,0 | 131 | 15,2 |
| Construction | 2 937 | 11,9 | 6 015 | 15,7 | 17 671 | 15,5 |
| Fabrication | 1 296 | 7,8 | 1 955 | 8,5 | 4 739 | 8,4 |
| Commerce de gros | 1 312 | 8,9 | 2 356 | 10,6 | 5 363 | 9,8 |
| Commerce de détail | 2 697 | 9,6 | 4 962 | 12,9 | 12 393 | 11,3 |
| Transport et entreposage | 1 534 | 12,3 | 2 142 | 17,6 | 6 954 | 15,3 |
| Industrie de l'information et industrie culturelle | 417 | 13,8 | 738 | 15,7 | 1 734 | 14,8 |
| Finance et assurances | 542 | 9,3 | 1 689 | 13,5 | 3 826 | 12,2 |
| Services immobiliers et services de location et de location à bail | 944 | 12,0 | 1 972 | 13,7 | 5 635 | 14,0 |

**TABLEAU 7.6** (*suite*)

| | Québec | | Ontario | | Canada | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre d'entreprises créées | Taux de création | Nombre d'entreprises créées | Taux de création | Nombre d'entreprises créées | Taux de création |
| **Secteur d'industries** | ***n*** | **%** | ***n*** | **%** | ***n*** | **%** |
| Services professionnels, scientifiques et techniques | 3 125 | 13,9 | 7 851 | 16,7 | 18 940 | 15,7 |
| Gestion de sociétés et d'entreprises | 230 | 12,1 | 778 | 16,3 | 2 048 | 14,9 |
| Services aux entreprises, bâtiments et autres | 1 500 | 13,5 | 2 656 | 15,1 | 7 066 | 14,7 |
| Services d'enseignement | 243 | 10,6 | 595 | 14,0 | 1 474 | 12,7 |
| Soins de santé et assistance sociale | 1 321 | 7,9 | 2 686 | 9,8 | 7 058 | 8,9 |
| Arts, spectacles et loisirs | 546 | 11,6 | 775 | 13,8 | 2 207 | 12,1 |
| Hébergement et services de restauration | 2 440 | 13,7 | 3 742 | 16,1 | 9 385 | 13,6 |
| Autres services, sauf les administrations publiques | 2 665 | 10,2 | 6 966 | 15,1 | 17 716 | 14,0 |
| Administrations publiques | 26 | 2,0 | 46 | 6,2 | 100 | 2,1 |
| Industries non classées | 2 189 | 54,4 | 4 393 | 56,2 | 10 508 | 56,3 |
| **Total des industries** | **27 235** | **11,5** | **53 623** | **14,8** | **142998** | **13,7** |

Source : Compilation à partir des données du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec, Direction de l'analyse économique.

## 7.2. Les données sur la croissance des entreprises et leur distinction

Si les données précédentes s'attardent au nombre d'entrepreneurs ou à l'évolution du nombre d'entreprises, elles ne touchent pas aux autres aspects de l'entrepreneuriat que sont le développement des entreprises pérennes et son incidence sur le dynamisme entrepreneurial. Ces aspects sont liés à la performance organisationnelle des entreprises qui en retour profitent de l'amélioration de l'économie dans une relation circulaire. Elles incluent les mesures touchant le développement des entreprises, la valeur générée par celles-ci et l'innovation. Les résultats varient considérablement selon les indicateurs de mesure utilisés.

### 7.2.1. Les données sur le développement des entreprises

Les indicateurs de l'entrepreneuriat les plus utilisés pour mesurer le développement des entreprises sont le nombre d'entreprises en croissance et en décroissance, le taux de survie et la part des entreprises en forte croissance ou gazelles. Le tableau 7.7 fournit une synthèse de ces mesures.

Une analyse des recherches récentes indique que la croissance est l'indicateur le plus utilisé pour mesurer le développement des entreprises (Dobbs et Hamilton, 2007 ; Van Praag et Versloot, 2007 ; Acs et Mueller, 2008 ; OCDE, 2010 ; Isenberg, 2010). Cette croissance est vue comme une incidence entrepreneuriale relevant de l'innovation (Stevenson et Jarillo, 1990 ; Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller, 2008). Toutefois, mesurer le développement des entreprises en se restreignant aux organisations en croissance peut être limitatif dans la mesure où le nombre d'emplois décline dans certaines entreprises, alors que leur production (ou leur chiffre d'affaires) augmente ou qu'elles recentrent leurs activités (Ahmad, 2008 ; Palpacuer, Seignour et Vercher, 2008). La décroissance du nombre d'emplois n'annonce pas nécessairement un échec ; elle peut être vue comme le résultat d'un changement stratégique conduisant à une restructuration de l'organisation afin d'assurer la survie de l'entreprise (Sharma et Chrisman, 1999 ; Cuervo, Ribeiro et Roig, 2007).

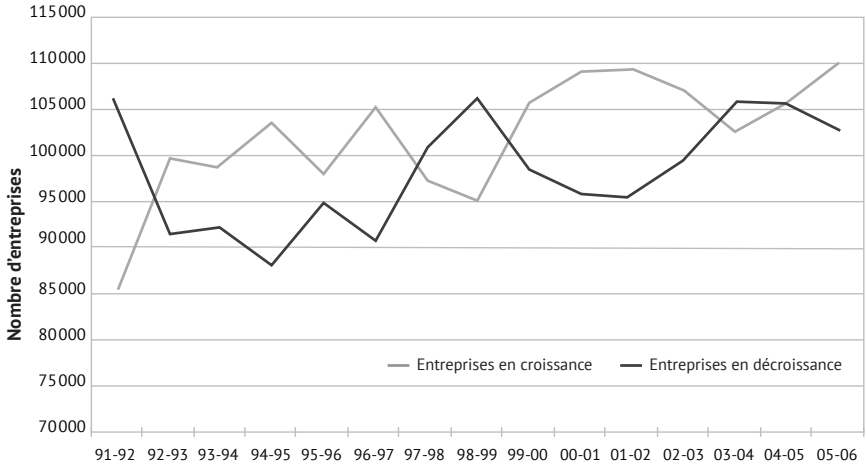
**Tableau 7.7**
Mesures basées sur le développement d'entreprises

| Mesure | Avantages | Limites | Observations |
|---|---|---|---|
| **Nombre d'entreprises en croissance et en décroissance**<br>Une firme en croissance affiche une variation positive d'emplois, alors que celle en décroissance voit une diminution de ses emplois. Certaines statistiques tiennent aussi compte de la variation du chiffre d'affaires, variation pouvant être supérieure ou inférieure à celle du nombre d'emplois en pourcentage. | Indicateur spécifique pour analyser l'incidence économique de l'entrepreneuriat sur le développement des entreprises. | Plusieurs autres facteurs que l'entrepreneuriat, comme la conjoncture ou le hasard, peuvent être à l'origine du développement d'entreprises et être utilisés comme indicateurs de croissance ou de décroissance. | La croissance d'entreprise est l'indicateur le plus utilisé pour mesurer le développement d'entreprises (Dobbs et Hamilton, 2007 ; Van Praag et Versloot, 2007 ; Acs et Mueller, 2008). |
| **Taux de survie des entreprises**<br>Probabilité d'une entreprise de rester encore en affaires durant un certain nombre d'années après sa naissance. | Indicateur spécifique pour analyser le succès ou non de l'entrepreneuriat. | *Ibid.* | Mesure de la survie par la proportion de firmes pérennes après une certaine période (Bartelsman, Scarpetta et Schivardi, 2003). |
| **Taux (ou part) des gazelles**<br>Proportion des entreprises à forte croissance (la définition de l'OCDE mentionne celles qui ont crû en moyenne de 20 % par année durant trois années consécutives). | Indicateur spécifique pour analyser l'incidence de l'entrepreneuriat le plus dynamique dans l'économie. | D'autres facteurs que ceux mentionnés plus haut, par exemple une sous-traitance d'une grande firme en plein développement, peuvent expliquer la croissance rapide des gazelles. | Certaines gazelles sont plus entreprenantes que d'autres (Storey, 1995 ; St-Jean, Julien et Audet, 2008). |

Source : Adapté de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008).

Pour intégrer cette dynamique entrepreneuriale, bien qu'imparfaite, il est utile de mesurer le développement des entreprises à travers l'évolution des entreprises en croissance et en décroissance. La figure 7.2 illustre cette évolution pour le Québec et montre que la conjoncture joue un rôle important comme dans le cas des très bonnes années de 1993 à 1997 et de 2000 à 2003.

**Figure 7.2**
Évolution du nombre d'entreprises en croissance et en décroissance d'emplois, Québec, 1991-1992 à 2005-2006

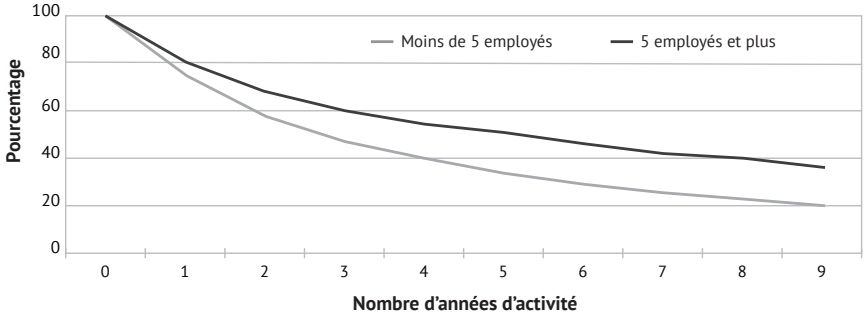



Source : Compilation à partir des données du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, Direction de l'analyse économique.

Un autre indicateur de développement des entreprises est le taux de survie des nouvelles entreprises ou encore la part des nouvelles entreprises qui disparaissent dans les premières années de vie. Cet indicateur est intéressant pour comprendre le succès ou le déclin des affaires puisqu'il permet de voir si deux territoires qui ont des taux de création et de disparition similaires diffèrent quant au taux de disparition pendant les premières années, ce qui a un effet évident sur le développement

des entreprises et, par conséquent, sur la création, le maintien et la croissance des emplois (Ahmad, 2008). La figure 7.3 reprend le tableau 7.3 pour bien voir ce taux pour le Québec.

**Figure 7.3**
Taux de survie des nouvelles entreprises selon leur âge




Source : Réalisé à partir des données 2008 du Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation.

Dans cette figure, on peut voir que les nouvelles microentreprises, notamment celles liées au travail autonome, disparaissent beaucoup plus rapidement que les plus grandes, puisque plus de 60 % d'entre elles ne sont plus en affaires après quatre ans contrairement à 55 % des firmes créées avec au moins cinq employés qui sont encore en activité à ce moment.

Cette question du taux de survie, et donc indirectement celle du succès des entreprises, doit être vue toutefois d'une façon plus critique qu'envisagée au seul plan du dynamisme entrepreneurial. Comme on l'a dit plus haut, plusieurs entreprises disparaissent dans les données officielles parce qu'elles ont fusionné, déménagé ou changé de secteurs, par exemple. Évidemment, des données plus fines permettent de minimiser une partie de ces erreurs. Mais, une enquête de 1996 du Bureau de recensement américain sur les caractéristiques des propriétaires d'entreprises, auprès d'entrepreneurs ayant cessé leurs activités peu d'années après leur création, montre que même les autres disparitions ne s'expliquent pas

nécessairement par des échecs. Un grand nombre de ces fermetures ont beaucoup d'autres motifs comme une évolution saisonnière ou intermittente, ou encore des raisons personnelles ou familiales, telles la maladie ou l'obligation de déménager (Kirchhoff, 2010). L'enquête montre que ces raisons personnelles ou de changement de statut toucheraient plus de la moitié des PME qui mettent fin à leurs activités avant quatre ans, alors qu'elles fonctionnaient très bien auparavant. Les supposés échecs n'en sont pas nécessairement. Ce qui porte à réfléchir.

Une autre façon de mesurer le dynamisme entrepreneurial est d'évaluer le potentiel de croissance des entreprises tant nouvelles que pérennes, notamment celles à fort potentiel de croissance comme les futures gazelles (Storey, 1995 ; Julien, 2001 ; Shane, 2009 ; OCDE, 2010). Cet indicateur d'entreprises à fort potentiel de croissance est appelé taux des gazelles. Les entreprises âgées de moins de 5 ans ayant un taux moyen de croissance de l'emploi de 20 % ou plus, sur une période de 3 à 5 ans, et plus de 10 employés au début de la période d'observation, peuvent être considérées comme des gazelles (Ahmad, 2008).

Dans le cas des entreprises déjà créées, on doit évidemment calculer les taux de croissance durant de plus courtes périodes en tenant compte de l'évolution de l'emploi ou de celle du chiffre d'affaires. La première mesure relative à l'emploi est souvent plus disponible. Mais dans certains pays, comme en France, en Allemagne, en Italie et en Suède, qui disposent d'une centrale des bilans obligeant toutes les entreprises à fournir ces données (Eurostat-OCDE, 2007), il est relativement facile de tenir compte des deux mesures.

### 7.2.2. Les données des entreprises en croissance par région au Québec

Dans le cas du Québec et dans le cadre de la première étude internationale sur les gazelles (OCDE, 2000), nous avons calculé il y a une quinzaine d'années cette évolution des entreprises manufacturières par municipalités

régionales de comté (MRC), plus petites formes régionales au Québec. Pour ce faire, nous avons recouru aux données d'entreprises d'une firme de cotation financière en évaluant l'évolution de l'emploi d'une enquête à l'autre. Ce qui a permis de construire le tableau 7.8 qui montre la part des PME manufacturières à forte croissance (plus de 100 % de croissance durant la période) dans les MRC comprenant au moins 25 PME (de 10 à 200 employés).

À noter que toute analyse longitudinale pose des problèmes de continuité des données, non seulement parce que beaucoup d'entreprises apparaissent ou disparaissent durant la période étudiée, mais aussi parce que, comme on l'a dit, le nom des entreprises change, certaines fusionnent, d'autres déménagent, etc. Pour pallier ce problème, nous nous sommes basés sur les numéros de téléphone, en supposant qu'ils constituent un fort lien entre les entreprises et les clients et donc un repère permanent pour suivre l'évolution des firmes. Malgré cette précaution, environ 8 % des entreprises ont été écartées de l'analyse entre les deux périodes pour des changements non expliqués.

On peut voir dans ce tableau que dans certaines régions, comme les MRC de la Nouvelle-Beauce, de L'Assomption, de la Rivière-du-Nord et du Granit, 20 % des entreprises manufacturières de plus de 25 employés entre 1996-2001 avaient crû de plus de 100 % durant la période, alors que celles de la Communauté urbaine de l'Outaouais et des MRC du Bas-Richelieu, de Roussillon, de Beauharnois-Salaberry et de Memphrémagog en comptaient moins de 7 %.

Nous reviendrons sur ces données au chapitre suivant en mesurant l'importance des entreprises en croissance par grandes régions avec des données beaucoup plus récentes touchant les entreprises manufacturières.

**Tableau 7.8**
Taux (%) des gazelles de plus de 25 employés au Québec par MRC de 1991 à 1996 et de 1996 à 2001

| Municipalités régionales de comté | Nombre total d'entreprises 1996 | Nombre total d'entreprises 2001 | Part des gazelles 1991-1996 | Part des gazelles 1996-2001 |
|---|---|---|---|---|
| **01 Bas-Saint-Laurent** | 140 | 144 | 10,1 | 10,6 |
| 10 Rimouski-Neigette | 32 | 24 | 3,1 | 12,5 |
| 12 Rivière-du-Loup | 33 | 29 | 15,2 | 10,3 |
| **02 Saguenay–Lac-Saint-Jean** | 147 | 173 | 12,2 | 10,4 |
| 94 Fjord-du-Saguenay | 91 | 96 | 13,2 | 14,3 |
| **03 Québec** | 282 | 305 | 7,8 | 11,8 |
| 23 Communauté urbaine de Québec | 234 | 238 | 7,7 | 11,7 |
| 34 Portneuf | 29 | 31 | 3,4 | 19,4 |
| **04 Mauricie** | 164 | 193 | 7,9 | 9,8 |
| 36 Centre-de-la-Mauricie | 41 | 38 | 4,9 | 13,2 |
| 37 Francheville | 78 | 91 | 5,1 | 8,9 |
| 51 Maskinongé | 31 | 45 | 16,5 | 11,1 |
| **05 Estrie** | 229 | 264 | 10,0 | 14,2 |
| 30 Le Granit | 37 | 35 | 8,1 | 20,0 |
| 42 Val-Saint-François | 36 | 41 | 8,3 | 9,8 |
| 43 Sherbrooke | 87 | 102 | 11,5 | 17,6 |
| 45 Memphrémagog | 30 | 30 | 16,7 | 6,7 |
| **06 Communauté urbaine de Montréal** | 1 431 | 1 493 | 8,5 | 9,0 |
| **07 Outaouais** | 45 | 68 | 6,7 | 3,4 |
| 81 Communauté urbaine de l'Outaouais | 30 | 37 | 3,3 | 2,7 |
| **08 Abitibi-Témiscamingue** | 59 | 68 | 6,8 | 4,4 |
| **09 Côte-Nord** | 34 | 38 | 14,7 | 5,2 |
| **10 Nord-du-Québec** | 5 | 5 | 0,0 | 0,0 |
| **11 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine** | 39 | 37 | 10,3 | 8,1 |
| **12 Chaudière-Appalaches** | 348 | 397 | 9,5 | 14,6 |
| 18 Montmagny | 24 | 29 | 8,3 | 17,2 |
| 19 Bellechasse | 29 | 32 | 3,4 | 15,6 |
| 24 Desjardins | 25 | 29 | 20,0 | 13,8 |

**Tableau 7.8** (*suite*)

| Municipalités régionales de comté | Nombre total d'entreprises 1996 | Nombre total d'entreprises 2001 | Part des gazelles 1991-1996 | Part des gazelles 1996-2001 |
|---|---|---|---|---|
| 25 Chutes-de-la-Chaudière | 48 | 57 | 12,5 | 10,5 |
| 26 Nouvelle-Beauce | 22 | 34 | 4,5 | 29,4 |
| 27 Robert-Cliche | 32 | 31 | 9,4 | 16,1 |
| 29 Beauce-Sartigan | 70 | 79 | 8,6 | 13,9 |
| 31 L'Amiante | 30 | 39 | 10,0 | 7,7 |
| 33 Lotbinière | 30 | 29 | 6,7 | 17,2 |
| **13 Laval** | 162 | 191 | 7,4 | 8,9 |
| **14 Lanaudière** | 158 | 193 | 7,6 | 15,0 |
| 52 D'Autray | 20 | 32 | 20,0 | 21,9 |
| 60 L'Assomption | 25 | 32 | 20,0 | 17,2 |
| 61 Joliette | 44 | 37 | 4,5 | 8,1 |
| 64 Les-Moulins | 37 | 58 | 10,8 | 10,3 |
| **15 Laurentides** | 183 | 212 | 6,7 | 15,1 |
| 72 Deux-Montagnes | 33 | 27 | 9,1 | 11,1 |
| 73 Sainte-Thérèse-de-Blainville | 54 | 71 | 15,0 | 11,3 |
| 75 La Rivière-du-Nord | 50 | 42 | 2,0 | 21,4 |
| **16 Montérégie** | 715 | 831 | 8,5 | 11,6 |
| 46 Brome-Missisquoi | 34 | 42 | 8,5 | 7,1 |
| 47 Haute-Yamaska | 87 | 192 | 8,0 | 11,8 |
| 53 Bas-Richelieu | 29 | 30 | 10,3 | 3,3 |
| 54 Les Maskoutains | 72 | 87 | 9,7 | 18,4 |
| 56 Le Haut-Richelieu | 60 | 62 | 6,7 | 8,1 |
| 57 La Vallée-du-Richelieu | 60 | 68 | 13,3 | 11,8 |
| 58 Champlain | 109 | 136 | 12,6 | 13,2 |
| 59 La Jemmerais | 76 | 84 | 7,9 | 14,3 |
| 67 Roussillon | 60 | 77 | 6,7 | 5,2 |
| 70 Beauharnois-Salaberry | 37 | 37 | 3,4 | 5,4 |
| 71 Vaudreuil-Soulanges | 37 | 37 | 5,4 | 16,2 |
| **17 Centre-du-Québec** | 164 | 193 | 7,9 | 9,8 |
| 32 L'Érable | 54 | 55 | 5,6 | 16,4 |
| 39 Arthabaska | 83 | 97 | 8,4 | 8,9 |
| 49 Drummond | 108 | 131 | 7,4 | 14,5 |

Source : Julien (2005, p. 76-77).

### 7.2.3. Les données sur la valeur générée

La création et le développement d'entreprises sont la source de nouvelles valeurs influençant le dynamisme économique du marché. Dans le cas de l'entrepreneuriat, la façon traditionnelle de résumer cette création de valeurs est d'en étudier les répercussions sur la création d'emplois, puisque cette dernière est la principale source de revenu personnel et de croissance économique. Comme nous l'avons dit plus haut, cette création est l'un des indicateurs les plus utilisés pour mesurer la dynamique entrepreneuriale (Van Praag et Versloot, 2007). Deux indicateurs ont été retenus pour cela, le premier concerne la quantité d'emplois créés, dénommé « taux de création et de perte d'emplois » et l'autre la dynamique de l'emploi, dit « taux de création brute d'emplois (TCBE) chez les entreprises créées et en croissance ». Le tableau 7.9 fournit une description détaillée de ces deux indicateurs.

**Tableau 7.9**
Mesures basées sur la génération de la valeur

| Mesure | Avantages | Limites | Observations |
|---|---|---|---|
| **Taux de création d'emplois**<br>Création d'emplois observée dans les entreprises créées et en croissance, exprimée en pourcentage du nombre total d'emplois.<br><br>**Taux de perte d'emplois**<br>Perte d'emplois observée dans les entreprises disparues et en décroissance, exprimée en pourcentage du nombre total d'emplois. | – Indicateur spécifique pour analyser la dynamique dans la création de valeur entrepreneuriale affectant l'économie, en matière de nombre d'emplois.<br>– Disponibilité des données sur les emplois rendant plus facile la comparabilité sur le plan régional ou international. | – Les mesures sont agrégées, ce qui donne une idée globale sur l'évolution du nombre total des emplois créés, selon la situation de l'entreprise, créée ou en croissance, sans pour autant indiquer le type d'entreprises qui créent le plus ou le moins d'emplois. | Évidemment, ces mesures sont brutes et ne distinguent pas les types d'emplois et leur permanence puisque les emplois à temps partiel, lorsqu'ils sont pris en compte, sont généralement agrégés (en équivalent plein-temps). |

**Tableau 7.9** (*suite*)

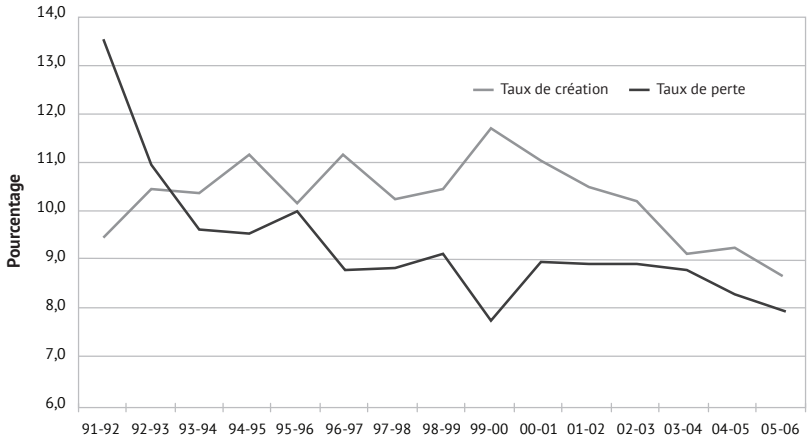
| | | | |
|---|---|---|---|
| **Taux de création brute d'emplois chez les entreprises créées et en croissance**<br>Indicateur déterminant l'apport dans la création brute d'emplois de chaque type d'entreprise selon sa situation (créée et en croissance) et le nombre d'emplois. | – Indicateur complémentaire en matière de dynamique de l'emploi pour approfondir la mesure de la valeur de l'entrepreneuriat. | – Mesure agrégée, qui ne permet pas toutefois d'analyser un secteur en particulier.<br>– D'autres facteurs que seulement l'entrepreneuriat sont susceptibles de contribuer à la création d'emplois. | Évaluation selon différentes tailles : très petites entreprises (TPE) de 1 à 4 emplois, petites et moyennes entreprises (PME) de 5 à 249 emplois et grandes entreprises (GE) de 250 emplois et plus (OCDE, 2000). |

Source : Inspiré de Van Praag et Versloot (2007).

Bien que les petites entreprises, nouvelles ou en croissance, créent plus d'emplois que les grandes, ces emplois sont moins assurés en raison des plus grandes probabilités de disparition ou de décroissance des petites entreprises. Pour mieux mesurer l'incidence des nouvelles entreprises dans la création de valeur, il est préférable, dans l'indicateur de l'emploi, de tenir compte des deux parties, soit la création et la perte des emplois. La figure 7.4 fournit une illustration d'une telle évolution pour le Québec.

Les principales limites de cette mesure résident dans le fait qu'elle est relativement agrégée, ne fournissant aucune indication sur les apports de chacune des tailles d'entreprises selon les secteurs ou selon le niveau de savoirs. C'est pour combler cette lacune qu'il a été proposé un autre indicateur sur le plan de la dynamique de l'emploi. Les études récentes montrent que le soutien à la création et au développement de PME productives et innovantes conduit à la création de plus d'emplois nouveaux et, donc, à la stimulation de la croissance économique (Dobbs et Hamilton, 2007 ; Van Praag et Versloot, 2007 ; Shane, 2009). Le défi des intervenants consiste alors à identifier et à soutenir les entreprises ayant un fort potentiel de croissance, autant parmi les entreprises nouvellement créées que parmi celles qui existent (Ahmad, 2008). Par cet indicateur, on mesure le taux de création brute d'emplois (TCBE) chez les firmes créées et en croissance. Les données disponibles au Québec permettent de voir les résultats de cette analyse au tableau 7.10 pour la période de 2001 à 2006.

**Figure 7.4**
Taux de création et de perte d'emplois salariés au Québec, 1991-1992 à 2005-2006




Source : Compilation à partir des données du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, Direction de l'analyse économique.

**Tableau 7.10**
Création d'emplois salariés selon les entreprises créées et en croissance, par tranches d'emplois au Québec, moyenne de 2001-2002 à 2005-2006

| Tranche d'emplois | Création d'emplois salariés | | | | | Taux de création brute |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Entreprises créées | Part de création d'emplois | Entreprises créées | Part de création d'emplois | Total | |
| | *n* | % | *n* | % | *n* | % |
| 1 à 4 | 21 918 | 29,2 | 53 060 | 70,8 | 74 977 | 29,0 |
| 5 à 19 | 12 552 | 20,4 | 48 961 | 79,6 | 61 513 | 13,8 |
| 20 à 49 | 6 877 | 15,8 | 36 594 | 84,2 | 43 470 | 10,6 |
| 50 à 249 | 7 811 | 13,2 | 51 342 | 86,8 | 59 152 | 8,8 |
| 250 à 499 | 1 748 | 10,4 | 15 070 | 89,6 | 16 818 | 7,6 |
| 500 et plus | 5 971 | 10,1 | 53 091 | 89,9 | 59 062 | 4,2 |
| **Total** | **56 877** | **18,1** | **258 117** | **81,9** | **314 994** | **9,6** |

Source : Compilation à partir des données du Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, Direction de l'analyse économique.

Le tableau montre que ce sont toujours les plus petites entreprises qui ont le TCBE le plus élevé. En contrepartie, les plus grandes présentent un taux près de sept fois plus faible durant ces cinq années.

Le principal avantage de cette mesure du TCBE repose sur le fait qu'elle donne une idée claire de la contribution à la création d'emplois de chaque type d'entreprise selon sa situation (nouvelle ou en croissance) et sa taille (TPE, PME et GE). Avec ces données, il est possible d'élaborer une politique de l'entrepreneuriat adaptée à ces distinctions. Cela rejoint l'idée de mettre en œuvre des mécanismes différents de soutien de manière à ce qu'ils couvrent les divers types d'entrepreneuriat (Chabaud, 2009).

### 7.2.4. Les données sur l'innovation

La dernière mesure touchant l'entrepreneuriat porte sur l'innovation. Celle-ci est toutefois difficile à opérationnaliser, notamment à cause du caractère le plus souvent informel dans les PME (Aldrich et Martinez, 2001 ; Mole et Worrall, 2001 ; Baker et Nelson, 2005) et parce que le plus important dans cette mesure est non pas la nouvelle idée de produit ou de processus, mais son effet sur le marché qui n'est pas pris en compte par les données.

Deux des mesures, mais avec de fortes limites dans le cas des PME, touchent les efforts formels en R-D par les entreprises et la protection de l'innovation par brevets. Il faut toutefois tenir compte des milliers de petits changements dans les processus et dans les produits protégés momentanément par le secret, c'est-à-dire par la difficulté qu'ont les concurrents de comprendre les éléments du nouveau produit tout comme les changements apportés à ses procédés de production. Il faut comprendre aussi que, d'une part, le plus grand nombre de brevets appartient aux institutions publiques (centres de recherche du gouvernement et universités) et que, d'autre part, certains brevets sont demandés afin de tromper les concurrents ou d'occuper le terrain avant les autres, et ce, même si l'innovation n'est pas encore au point, ou scindés en plusieurs parties encore ici

pour tromper la concurrence et pour préserver les étapes d'innovation (Larrieu, 2003 ; Joly, 2003). Nonobstant ces fortes limites, le tableau 7.11 présente les avantages et les limites de ces mesures.

**Tableau 7.11**
Mesures de l'innovation

| Mesure | Avantages | Limites | Observations |
|---|---|---|---|
| **Dépenses de R-D** | – Indicateurs spécifiques pour capturer le degré d'innovation formelle ou d'appui à l'innovation. | – Mesures ne reflétant pas nécessairement l'innovation apportée et réussie, mais relatant plutôt une partie des dépenses et des actions stratégiques. | – Dépenses de R-D selon le niveau technologique.<br>– Nombre d'établissements ayant des activités de R-D avec le nombre du personnel affecté à la R-D. |
| **Nombre d'inventions brevetées au lieu d'inventeurs** | – Indicateurs spécifiques pour capturer le degré d'innovation explicite. | – La mesure des brevets est très discutable, car peu utilisée par les PME pour des raisons de ressources, de type d'innovation et de simple croyance dans la valeur d'un brevet. D'autant plus que la plupart des PME n'ont pas les ressources pour poursuivre les grandes entreprises qui copieraient leurs découvertes. | – Nombre de brevets d'invention par la population ou nombre de demandes de brevets d'invention en proportion de la main-d'œuvre (Salgado-Banda, 2007).<br>– Le Japon serait le pays le plus entreprenant en nombre de brevets selon l'étude de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008). |

Source : Adapté de Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller (2008, p. 34-35).

La mesure touchant les dépenses en R-D peut être établie selon le niveau technologique des entreprises, ou encore selon leur niveau d'activités en R-D, comme l'illustre le cas québécois aux tableaux 7.12 et 7.13. Dans le premier tableau, on constate que la croissance des dépenses

en R-D entre 1997 et 2006 s'est d'abord faite dans les services et ensuite dans les entreprises des secteurs de moyenne-faible et de faible technologie. Malheureusement, la plus faible augmentation a eu lieu dans les entreprises de haute technologie, soit celles dans les secteurs comme la pharmacologie et les nouvelles technologies énergétiques.

**Tableau 7.12**
Dépenses totales de R-D selon le niveau technologique et dépenses totales de R-D, Québec, 1997 à 2006 (en M $ courants)

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Primaire et construction | 143 | 163 | 150 | 148 | 159 | 165 | 165 | 161 | 182 | 208 |
| Fabrication, haute technologie | 1 082 | 1 103 | 1 289 | 1 458 | 1 643 | 1 531 | 1 407 | 1 380 | 1 341 | 1 411 |
| Fabrication, moyenne-haute technologie | 139 | 160 | 168 | 219 | 248 | 258 | 269 | 250 | 251 | 277 |
| Fabrication, moyenne-faible et faible technologie | 329 | 377 | 354 | 459 | 566 | 638 | 714 | 722 | 665 | 693 |
| Services | 826 | 962 | 1 086 | 1 358 | 1 542 | 1 562 | 1 647 | 1 826 | 1 760 | 1 838 |
| **Total** | **2 519** | **2 764** | **3 047** | **3 642** | **4 158** | **4 154** | **4 202** | **4 340** | **4 199** | **4 427** |

Source : Compilation de l'Institut de la statistique du Québec, à partir de l'Enquête sur la R-D dans l'industrie canadienne de Statistique Canada, 15 juin 2009.

Le tableau 7.13, pour sa part, montre que le plus grand nombre d'entreprises réalisant des activités de R-D sont à Montréal, comme on pouvait s'y attendre, suivi de la Montérégie et ensuite de la Capitale-Nationale. Mais on trouve aussi beaucoup de ces entreprises en Beauce, indiquant bien le dynamisme de cette région, du moins dans la décennie précédente.

**Tableau 7.13**
Nombre d'établissements ayant des activités de R-D selon la région administrative, Québec, 1997 à 2004

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bas-Saint-Laurent | 53 | 54 | 50 | 59 | 75 | 93 | 93 | 78 |
| Saguenay–Lac-Saint-Jean | 95 | 107 | 119 | 120 | 121 | 158 | 169 | 155 |
| Capitale-Nationale | 381 | 368 | 335 | 335 | 390 | 450 | 490 | 437 |
| Mauricie | 73 | 82 | 99 | 114 | 116 | 113 | 129 | 113 |
| Estrie | 158 | 167 | 174 | 185 | 198 | 215 | 252 | 228 |
| Montréal | 1 491 | 1 507 | 1 582 | 1 759 | 1 941 | 2 116 | 2 260 | 2 108 |
| Outaouais | 40 | 51 | 50 | 59 | 74 | 80 | 90 | 68 |
| Abitibi-Témiscamingue | 46 | 58 | 70 | 64 | 77 | 75 | 79 | 69 |
| Côte-Nord et Nord-du-Québec | 22 | 20 | 16 | 20 | 25 | 24 | 29 | 19 |
| Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine | 6 | 11 | 11 | 13 | 15 | 13 | 22 | 15 |
| Chaudière-Appalaches | 201 | 233 | 239 | 275 | 293 | 357 | 418 | 385 |
| Laval | 183 | 196 | 195 | 216 | 228 | 270 | 295 | 305 |
| Lanaudière | 97 | 100 | 118 | 146 | 165 | 180 | 217 | 196 |
| Laurentides | 142 | 157 | 175 | 213 | 236 | 255 | 274 | 253 |
| Montérégie | 729 | 772 | 771 | 841 | 952 | 1 036 | 1 119 | 1 029 |
| Centre-du-Québec | 126 | 129 | 153 | 168 | 190 | 220 | 256 | 197 |
| Inconnue | 4 | 4 | 5 | 7 | 6 | 12 | 14 | 18 |
| **Province de Québec** | **3 847** | **4 016** | **4 162** | **4 594** | **5 102** | **5 667** | **6 206** | **5 673** |
| Personnel affecté | 26 584 | 27 992 | 30 494 | 35 108 | 38 544 | 40 515 | 42 756 | 45 253 |

Source : Compilation de l'ISQ à partir de l'enquête sur la R-D dans l'industrie canadienne de Statistique Canada, 27 mars 2007.

Par ailleurs, le tableau 7.14 montre pour sa part que le nombre de brevets enregistrés pour le compte du Québec auprès du United States Patent and Trademark Office (USPTO), pour la période de 1997 à 2007, provient là aussi de Montréal, suivi de l'Outaouais (probablement à cause des laboratoires gouvernementaux), de la Montérégie et de Ville-de-Laval.

**Tableau 7.14**
Nombre d'inventions brevetées à l'USPTO par région administrative du Québec, 1997-2007

| | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Bas-Saint-Laurent | 5 | 7 | 8 | 6 | 4 | 5 | 6 | 2 | 9 | 3 | 6 |
| Saguenay–Lac-Saint-Jean | 12 | 4 | 7 | 17 | 19 | 12 | 18 | 12 | 9 | 11 | 12 |
| Capitale-Nationale | 44 | 77 | 53 | 51 | 42 | 58 | 63 | 44 | 74 | 78 | 63 |
| Mauricie | 14 | 10 | 7 | 11 | 8 | 13 | 13 | 12 | 10 | 11 | 6 |
| Estrie | 26 | 28 | 28 | 27 | 33 | 45 | 63 | 51 | 47 | 55 | 42 |
| Montréal | 248 | 283 | 345 | 387 | 387 | 423 | 400 | 372 | 325 | 391 | 349 |
| Outaouais | 15 | 24 | 32 | 39 | 58 | 49 | 48 | 70 | 49 | 62 | 68 |
| Abitibi-Témiscamingue | 1 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 10 | 4 | 6 | 4 |
| Côte-Nord | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| Nord-du-Québec | | | 1 | | | | | | | 1 | |
| Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine | 2 | 1 | | | 3 | 1 | 2 | | | 2 | 1 |
| Chaudière-Appalaches | 18 | 19 | 23 | 24 | 26 | 24 | 16 | 30 | 30 | 40 | 28 |
| Laval | 32 | 48 | 38 | 40 | 65 | 64 | 61 | 62 | 54 | 68 | 69 |
| Lanaudière | 13 | 15 | 18 | 27 | 26 | 28 | 35 | 27 | 15 | 32 | 25 |
| Laurentides | 48 | 41 | 38 | 33 | 55 | 59 | 43 | 40 | 39 | 30 | 49 |
| Montérégie | 117 | 146 | 170 | 183 | 191 | 193 | 213 | 192 | 188 | 212 | 186 |
| Centre-du-Québec | 13 | 9 | 6 | 13 | 14 | 13 | 16 | 18 | 19 | 21 | 12 |
| **Province de Québec** | **504** | **600** | **656** | **746** | **765** | **817** | **817** | **807** | **714** | **834** | **725** |

Source : Compilation de l'Observatoire des sciences et des technologies (OST) et Institutde la statistique du Québec, 12 juin 2009.

Plusieurs études ont démontré que l'investissement dans des activités de R-D est l'un des principaux déterminants de la capacité d'innovation des PME (Qian et Li, 2003 ; Wolff et Pett, 2006 ; Baldwin et Hanel, 2007 ; Hall, Lotti et Mairesse, 2009 ; Raymond et St-Pierre, 2010). Toutefois, ces conclusions ne doivent pas laisser entendre que la R-D est « essentielle » à l'innovation ; elle en est plutôt un stimulant

(St-Pierre et Mathieu, 2003). Plus ces activités sont intenses, plus les entreprises produisent de nouvelles connaissances qui serviront à leur tour à renouveler les produits, les procédés ou d'autres types d'innovation (Brouwer et Kleinknecht, 1996 ; Karlsson et Olsson, 1998 ; Landry et Amara, 2002 ; Becheikh, Landry et Amara, 2006), et plus elles permettront aux PME de se distinguer sur leur marché. Ces activités ne mènent pas toujours aux résultats anticipés, ce qui explique qu'on n'arrive pas à établir de liens directs entre leur intensité et le taux d'innovation des PME, mesuré par le pourcentage du chiffre d'affaires issu de produits nouveaux ou améliorés, tel que suggéré par l'OCDE. Le lien entre la R-D et le taux d'innovation doit s'apprécier à partir de la capacité de l'entreprise à travailler dans l'incertitude, à renouveler son portefeuille de connaissances et donc sa capacité à s'ajuster rapidement à toute variation dans son environnement d'affaires (Freel, 2005).

Mais, encore une fois, ces données ne tiennent pas compte de l'innovation informelle, la plus présente en particulier chez les très petites entreprises, sauf exception. Ce qui veut dire que ces statistiques publiées sur le nombre de brevets déposés ne reflètent que timidement les types d'innovation de bon nombre de PME. On y retrouve l'influence des secteurs d'activité de même que du type de clientèle que desservent les entreprises. Les PME opérant dans des chaînes de valeur mondiale pour de grands donneurs d'ordre auront plus tendance à faire breveter leurs innovations que les autres, étant plus vulnérables et en concurrence directe avec les meilleures entreprises de leur domaine. Sans ces pressions, les dirigeants de PME auraient peu tendance à vouloir breveter les résultats de leurs efforts d'innovation, n'ayant pas les ressources ou les compétences pour le faire.

## Conclusion : la valeur respective de ces mesures

À travers ces différentes données, on peut comprendre que les résultats comparatifs divergent énormément selon les diverses mesures. Par exemple, en utilisant le nombre de nouveaux travailleurs à leur propre compte comme l'a fait Blanchflower (2004), dans 28 pays relativement industrialisés, les États-Unis étaient derniers en 2002, alors que la Turquie et la Grèce étaient premières. Par contre, en utilisant le nombre de nouveaux entrepreneurs, les États-Unis passaient au 5e rang et la Grèce tombait au 18e (la Turquie ne faisant pas partie de l'analyse dans ce cas). Pour le cas des nouvelles entreprises les plus innovatrices, le Japon est au 1er rang, alors que les États-Unis sont au 5e et la Grèce au 17e rang (Salgado-Banda, 2007). Chaque mesure a ses avantages, mais ne présente souvent qu'un aspect ou qu'une partie du phénomène. Aucune ne reflète le caractère multidimensionnel et hétérogène de l'entrepreneuriat et surtout les différents types d'entrepreneuriat. La mesure idéale de l'entrepreneuriat devrait inclure chacune de ces façons de faire, mais elle est très difficile à réaliser, comme on peut s'en douter puisque personne n'a réussi à ce jour à l'exprimer convenablement (OCDE, 1998, 2007).

Toutes ces mesures souffrent de différentes limites. Par exemple, le nombre de travailleurs autonomes n'inclut pas nécessairement ceux qui le font à temps partiel agissant de façon informelle, ni certaines entreprises familiales non enregistrées œuvrant à domicile, comme les « gîtes du passant[2] », ou encore le travail à la maison comme dans le cas de l'industrie du vêtement toujours présente en Amérique du Nord même si leur principe remonte avant la révolution industrielle (le *verlag system*), ou encore dans le cas de l'artisanat et de l'industrie alimentaire (les jouets en bois, les pots de cornichons ou de marinades, etc.) et le travail d'appoint.

2. Les *bed and breakfast* en Amérique du Nord ou les couette et café en France.

Malgré ses propres limites, il semble que la mesure la plus usitée demeure celle portant sur la démographie de l'entreprise, soit la création, la disparition et l'évolution du nombre d'entreprises dans le temps, que l'on peut appeler le degré de volatilité. Cette mesure apparaît du moins la plus susceptible de répondre aux besoins les plus immédiats surtout si l'on veut établir des comparaisons régionales. C'est ce que fait d'ailleurs le gouvernement du Québec[3] depuis plusieurs années, comme on peut le voir au tableau 7.4 par taille d'entreprises dans les dernières années. Mais il demeure que même cette mesure demande de multiples précautions pour être efficace, ce que nous verrons au chapitre 8.

3. Les changements de gouvernement entraînent parfois des modifications dans les noms des ministères à vocation économique qui produisent ces statistiques. Ainsi, les données utilisées ont été produites par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, alors qu'au moment d'écrire ces lignes, le ministère avait été renommé le ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations.

Chapitre 8

# Les principaux obstacles pour trouver des variables valables et comparables[1]

*Le gouvernement de la démocratie est-il économique ? […]*
*Il est certain que le despotisme ruine les hommes en les empêchant de produire, plus, en leur enlevant les fruits de la production […]*
*La liberté, au contraire, enfante mille fois plus de biens qu'elle n'en détruit, et, chez les nations qui la connaissent, les ressources du peuple croissent toujours plus vite que les impôts.*

Alexis de Tocqueville, 1835, tome 1, partie 2, chap. V, p. 251-252

Bien qu'il y ait depuis plus d'une décennie une documentation théorique assez nourrie sur l'entrepreneuriat et ses causes, déterminants ou incidences sur l'économie, peu de travaux empiriques existent en matière d'analyse comparative des mesures interpays de l'entrepreneuriat avant 2000, à l'exception de l'étude du Global Entrepreneurship Monitor. Pas plus qu'il n'existe de cadre statistique global sur le sujet, assorti de concepts et de définitions harmonisés, ni de liste concertée d'indicateurs clés pour une meilleure appréhension de l'entrepreneuriat, de ses déterminants et de ses répercussions. Ces lacunes pour des mesures communes s'expliquent

1. Ce chapitre est très technique. Il analyse toutes les conditions pour obtenir les meilleures mesures entrepreneuriales, statistiquement parlant. Le lecteur qui souhaite plutôt lire les résultats peut très bien passer outre.

en partie par des contraintes financières pour les développer et par des divergences de priorités statistiques dans chaque pays et d'un pays à l'autre pour comparaison. Ces lacunes proviennent aussi de l'absence de données internationalement comparables, de la complexité à transposer les définitions théoriques de l'entrepreneuriat en mesures statistiques et de la difficulté à établir des liens entre la définition pratique de l'entrepreneuriat et les objectifs orientant les différentes politiques publiques en cette matière (Davis, 2006a, 2008 ; Congregado *et al.*, 2008).

De nombreux efforts ont toutefois été faits depuis lors, notamment sous la direction de l'OCDE en collaboration avec l'Institut de la statistique européen ou Eurostat. Ils portent sur le développement de données relativement comparables pour mesurer l'entrepreneuriat et pour détailler les facteurs propices à l'entrée et à la croissance des entreprises. Ce qui n'est toutefois pas encore complètement satisfaisant. Nous pensons, par exemple, à la difficulté d'inclure ou non dans ces données les toutes petites entreprises formelles et informelles[2], le travail autonome ou encore l'emploi familial à temps partiel plus ou moins rémunéré que comptabilisent certains pays, alors que d'autres ne le font pas. De plus, bon nombre de politiques dans certains pays peuvent toucher indirectement l'entrepreneuriat sans être incluses selon leur poids dans les données disponibles, alors que c'est le cas dans d'autres pays. À cet égard, le travail sur les indicateurs de l'entrepreneuriat se poursuit pour harmoniser le mieux possible les données tout en sachant qu'il reste encore beaucoup à faire pour être sûr des résultats (Ahmad, 2008 ; Larsen, 2008).

2. Rappelons que même dans les pays industrialisés, il existe beaucoup d'entreprises informelles. Pensons aussi à la fermière qui vend ses pots de confiture ou ses courtepointes faites à la main, au voisin astucieux qui fabrique et vend dans le quartier ses instruments complétant le barbecue ou s'ajoutant aux outils de piscine, au mécanicien de mon quartier qui répare la fin de semaine dans son garage des voitures européennes particulières, au plâtrier ou au peintre à la retraite qui aide le bricoleur à refaire une pièce de sa maison, au gîte du passant plus ou moins officiel, etc. De plus, Internet permet du troc de milliers de dollars par jour qui touche des échanges de toutes sortes. Plusieurs statisticiens considèrent que ce secteur informel toucherait entre 5 et 10 % du PIB des pays industrialisés.

Comme nous en discutons tout au long de cet ouvrage et comme nous venons de le constater au chapitre précédent, il existe de multiples mesures touchant le niveau d'entrepreneuriat, mesures qui sont finalement complémentaires. Par contre, leur compilation diffère selon les pays ou les régions ou ne sont disponibles que très partiellement dans certains territoires. Ce qui fait que leurs limites ou leurs différences fournissent un classement très varié des pays. Il faut reconnaître aussi qu'elles sont souvent conçues pour répondre aux préoccupations des statistiques nationales plutôt que pour des fins de comparaison. Enfin, plusieurs de celles qui existent sont peu comparables en raison surtout du manque d'harmonisation méthodologique de leur définition et de leur collecte (Baldwin, Beckstead et Girard, 2002 ; Vale, 2005 ; Ahmad, 2008). De ce fait, l'étude comparative des dynamiques entrepreneuriales est handicapée non seulement par un manque d'harmonisation, mais aussi par une absence d'indicateurs mondialement comparables. Ce qui entraîne beaucoup de confusion dans l'interprétation et dans les messages adressés aux gouvernements et aux intervenants en régions pour stimuler l'entrepreneuriat. Or, une telle compilation des données comparables sur les plans international et territorial répondrait aux préoccupations actuelles et nouvelles de nombreux pays et territoires (Davis, 2006a, 2008 ; Congregado *et al.*, 2008).

L'intérêt grandissant que suscitent ce besoin et cette problématique pour les gouvernements, les intervenants et les chercheurs a donné lieu au développement récent des recherches empiriques sur les statistiques en matière d'entrepreneuriat sur le plan international. C'est ainsi que la conférence de l'OCDE à Istanbul en 2004 recommandait l'élaboration d'un ensemble d'indicateurs comparables sur le plan international pour analyser et suivre de façon régulière le niveau d'activités entrepreneuriales et leur environnement pour chaque pays. Cette rencontre a particulièrement mis l'accent sur la nécessité de renforcer le cadre statistique d'analyse comparative sur l'entrepreneuriat entre les pays. Pour ce faire, on a créé un consortium international, composé du Canada, du Danemark, de la Finlande, de la Norvège, des Pays-Bas, du Royaume-Uni et de la Suède, dont l'objectif est de développer de meilleures politiques publiques pour soutenir l'entrepreneuriat, en particulier en mettant en place des données

plus fiables et en effectuant un suivi systématique des politiques publiques soutenant l'entrepreneuriat pour en comprendre les forces et les limites. Ce consortium est soutenu à l'OCDE par la Fondation Kauffman des États-Unis.

C'est dans ce cadre que cet organisme international a créé le Projet sur les indicateurs de l'entrepreneuriat (EIP) pour développer les comparaisons internationales à partir de deux initiatives dont le but est l'élaboration de statistiques mondialement comparables de la démographie d'entreprise. La première initiative consiste à comparer les données des divers pays concernant les créations d'entreprises afin d'en mesurer l'importance et de pouvoir réaliser des comparaisons et d'ainsi en mesurer les différences tout en tenant compte des concepts les soutenant et des méthodes pour les repérer d'un pays à l'autre (Vale, 2005). La deuxième initiative prévoit élaborer un cadre pour la démographie d'entreprise englobant les principaux concepts et définitions (Ahmad, 2008). Cela a donné finalement les rapports intitulés *Panorama de l'entrepreneuriat*, rapports produits maintenant systématiquement[3].

Ce chapitre met successivement en perspective les diverses bases de données existantes à des fins de comparaison internationale, les sources d'information utilisées pour constituer ces bases de données, les différents facteurs affectant la comparabilité internationale des données, les attentes des gouvernements en matière de développement statistique sur l'entrepreneuriat et, enfin, les principaux cadres d'indicateurs statistiques suggérés par la littérature dans ce domaine.

## 8.1. Les bases de données existantes à des fins de comparaison internationale

Comme nous venons de le voir, la plupart des données statistiques existantes sur l'entrepreneuriat proviennent des instituts statistiques nationaux. Il existe toutefois d'autres données produites par des organismes privés

3. OCDE (2011). *Panorama de l'entrepreneuriat 2011*, Paris, OCDE, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264097735-fr>.

ou d'autres organisations internationales que l'OCDE dans le but de réaliser des comparaisons des niveaux d'entrepreneuriat entre plusieurs pays. C'est le cas entre autres, comme on le sait, du GEM portant sur plus de 60 pays et territoires. Du côté officiel, on trouve aussi la Banque mondiale avec son groupe d'études sur l'entrepreneuriat[4] touchant une centaine de pays. Discutons de ces données.

### 8.1.1. Les données de l'OCDE

L'OCDE collecte en continu depuis plusieurs décennies des informations auprès des pays membres, dont celles touchant les PME et l'entrepreneuriat depuis une vingtaine d'années (OCDE, 2011). Ces données, utilisées notamment pour analyser les statistiques sur la démographie d'entreprise, sont tirées soit des registres nationaux d'entreprise (par exemple, pour le Canada, le Danemark, la France, les Pays-Bas, le Royaume-Uni et les États-Unis), soit des bases de données de la sécurité sociale (pour le cas de l'Allemagne et de l'Italie), soit des registres d'emplois (pour le cas du Portugal). De ce fait, l'OCDE vise à élaborer et à utiliser un cadre d'analyse statistique harmonisé avec une définition commune des concepts clés, comme l'entrée ou la sortie d'entreprises (voire l'unité de comptage ou d'enregistrement statistique), et des méthodologies à peu près semblables dans chaque pays et sur une période de temps donnée.

Les données existantes dans les bases de l'OCDE peuvent être regroupées en cinq catégories (Davis, 2006a) :

- Les informations sur la population active administrées par la Direction de l'emploi, du travail et des affaires sociales (DELSA) et par la Direction des statistiques de l'OCDE.

- Les données sur le contrôle des entreprises (ou sur le travail indépendant ou autonome) donnant une vision partielle du niveau ou du taux d'activité entrepreneuriale d'un pays. Ces données de l'OCDE

4. World Bank Group Entrepreneurship Survey (WNGES).

sur le travail indépendant ne sont pas strictement comparables, compte tenu des différences entre les pays pour ce qui est des définitions et des indicateurs d'activité. D'autres travaux s'imposent pour produire des indicateurs internationalement comparables.

– Les statistiques structurelles sur les entreprises par catégorie de taille permettant de dresser le tableau des PME de chaque pays. Des données comparables sur la taille et la nature des PME des différents pays contribuent à mieux percevoir l'entrepreneuriat.

– Les données sur l'innovation et la R-D susceptibles de fournir des indicateurs utiles à la compréhension de l'entrepreneuriat sur le plan de l'innovation et d'éclairer les comportements entrepreneuriaux nationaux. Ces informations sont gérées par la Direction des sciences de la technologie et de l'industrie (DSTI). Leur utilité pour les études sur l'entrepreneuriat est toutefois limitée en raison de l'impossibilité de classer la plupart de ces données dans les catégories de taille ou d'ancienneté des entreprises ou de les relier à un entrepreneur ou à une entreprise en particulier. La R-D officielle se fait souvent en collaboration avec des organismes extérieurs, comme les universités ou les centres de recherche publics, ou encore entre plusieurs entreprises comme dans le cas de sous-traitants avec la participation directe ou indirecte[5] du donneur d'ordre. Cependant, ces données officielles ne tiennent pas compte de l'innovation informelle qui touche de façon souvent importante la plupart des PME.

– Les données sur les taux de croissance du PIB, les mesures de productivité et autres statistiques macroéconomiques pouvant aussi être utiles pour suivre les répercussions possibles des différents taux d'entrepreneuriat. Bien qu'il soit difficile d'établir un lien de causalité direct entre l'entrepreneuriat et la croissance économique.

5. Par exemple, le donneur d'ordre acceptant directement de fournir des ressources humaines dans la recherche ou, indirectement, d'inclure une partie du coût de R-D dans le prix.

Le principal avantage de ces bases de l'OCDE réside dans le fait qu'elles permettent de retrouver les entreprises en tout temps parce qu'en principe, l'ajout et la disparition des firmes dans les registres reflètent le taux d'entrée et de sortie d'entreprises. Leurs limites sont souvent liées à la méthodologie peu harmonisée d'enregistrement ou de collecte d'information dans les registres. De plus, les compilations demandent du temps et sont toujours en retard de plusieurs années, comme le montrent les données sur le nombre d'entreprises par classe de taille et avec au moins un employé présentées dans le rapport de 2011, données qui datent de 2007[6], alors que le dynamisme de l'économie était bien différent de celui de l'année de publication du rapport.

### 8.1.2. Les données d'Eurostat

L'Office statistique des communautés européennes, travaillant sous l'appellation d'Eurostat, a pour rôle de produire les statistiques officielles des pays de l'Union européenne (UE), en collectant, harmonisant et agrégeant les données publiées par les instituts nationaux de statistiques des 21 pays européens et dans quelques pays tiers non membres comme la Suisse et le Japon. Eurostat fait des efforts louables dans le cadre du projet DOSME (Démographie des petites et moyennes entreprises) pour introduire une méthodologie standardisée qui doit permettre de comparer les indicateurs de l'entrepreneuriat des différents pays (Vale, 2005). Grâce à ces efforts, des données surtout tirées des registres nationaux harmonisés, c'est-à-dire basées sur les mêmes définitions et instruments de mesure, sont maintenant disponibles pour la période s'échelonnant de 1997 à 2003.

Le principal intérêt de la base de données de la démographie d'entreprise développée par cet institut de la statistique est lié au fait qu'elle est capable de fournir une information sur les créations, les disparitions et la survie sur un plan sectoriel relativement détaillé, en utilisant des définitions et des méthodologies communes pour ces variables.

6. OCDE (2011). *Panorama de l'entrepreneuriat 2011*, graphique 1.1, p. 47.

Malgré la recommandation de cette organisation statistique sur la manière dont les indicateurs de démographie d'entreprise devraient être développés, les estimations fournies par certains pays européens ne sont toutefois pas encore compilées sur cette base (Ahmad, 2008). Mais cette initiative a amélioré la comparabilité des données de la démographie d'entreprise des pays européens.

Toutefois, les comparaisons avec d'autres pays hors UE demeurent plus complexes, car beaucoup de pays n'ont pas de registres adéquats et, même à l'intérieur de l'UE, la compréhension des registres varie d'un pays à l'autre. Plus précisément, les statistiques de démographie d'entreprise entre des pays d'Eurostat et d'autres pays de l'OCDE, comme l'Australie, le Canada, la Corée du Sud, le Mexique, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis, demeurent peu comparables (Vale, 2005). En outre, la base de données d'Eurostat est développée dans un contexte européen et répond aux réglementations sur les statistiques d'entreprise applicables aux pays de l'Union européenne.

Pour avoir une vision plus complète de l'entrepreneuriat, Eurostat a récemment lancé, dans 15 pays de l'UE, le projet FOBS (Facteurs de succès des entreprises) dont le but est de recueillir, par une enquête, des données harmonisées sur les entrepreneurs et les créateurs d'entreprises ainsi que sur la création, la cessation et la survie des entreprises (Davis, 2006a, 2008). Dans cette perspective, le projet FOBS est vu comme une extension du projet DOSME.

### 8.1.3. Les données de la Banque mondiale

Le groupe de recherche en entrepreneuriat auprès de la Banque mondiale a pour objectif de collecter des données comparables sur la création d'entreprises auprès d'une centaine de pays afin d'obtenir une meilleure compréhension des typologies et caractéristiques de l'activité entrepreneuriale sur le plan national ou international (WBGES, 2010). En d'autres mots, ces données sont bâties pour permettre de comparer le développement du secteur privé et d'évaluer l'incidence des réformes, réglementaires

ou institutionnelles, entreprises depuis quelques années (Acs, Desai et Klapper, 2008). Disponibles pour la période entre 2000 et 2007, ces données produites par la Banque mondiale sont constituées à partir des informations sur la démographie d'entreprise tirées des registres nationaux des compagnies ou d'autres sources, incluant les chambres de commerce et les agences gouvernementales de perception d'impôts ou d'analyse de l'évolution de l'emploi lorsque les registres sont inexistants.

L'intérêt de ces données tient au fait qu'elles peuvent être comparées à d'autres bases existantes, par exemple celles de GEM (Acs, Desai et Klapper, 2008) ou celles d'Eurostat (Vale, 2005). Malgré les efforts d'amélioration de l'approche méthodologique pour réduire les disparités et rendre les données comparables, certains pays sont encore exclus de l'étude même s'ils collectent des informations sur la création d'entreprises, en raison du manque de consistance de leurs données et faute d'outils et de ressources appropriés au processus d'enregistrement des entreprises. C'est pourquoi des données concernant des entreprises non actives ou disparues sont toujours enregistrées.

Au total, aucune base de données n'est sans faille pour une comparaison internationale. Pour consolider les données existantes à des fins de comparaison internationale, il est souhaitable que les bases mises au point par d'autres organisations, comme Eurostat et la Banque mondiale, soient partagées avec l'OCDE et intégrées à un cadre global.

Mais avant d'aller plus loin dans la discussion d'un tel cadre, il est important de fournir une analyse des principales sources de données utilisées et des facteurs influençant leur comparabilité internationale.

## 8.2. Les principales sources utilisées pour une comparaison internationale

D'emblée, il y a lieu de rappeler que la pléthore de sources de données possibles, mais utilisant différents concepts, rend difficile la comparaison internationale dans la mesure où la consistance des définitions

conceptuelles et méthodologiques ne peut être maintenue qu'en employant la même source d'information. C'est peut-être la raison pour laquelle le registre d'entreprises et l'enquête par échantillon de grande taille constituent les deux sources d'information les plus utilisées dans le cadre d'une comparaison internationale (Baldwin, Beckstead et Girard, 2002 ; Vale, 2005 ; Ahmad, 2008 ; Davis, 2008). Nous allons ici discuter plus en détail de ces deux approches.

### 8.2.1. Une approche basée sur les registres d'entreprise

Comme nous l'avons dit, beaucoup des pays disposent d'un registre d'entreprises pouvant être utilisé comme source de données afin de mesurer et de comparer l'entrée, la sortie et la croissance des firmes par secteur économique et géographique de chacun. Eurostat, l'OCDE (2007) et WBGES (2010) ont ciblé cette source dans le cadre d'une comparaison internationale des statistiques de démographie des entreprises pour différentes raisons. Premièrement, l'utilisation des registres d'entreprises est beaucoup plus rapide et moins coûteuse que n'importe quelle enquête et plus complète si elle est bien menée. Deuxièmement, ces organismes considèrent qu'on retrouve de plus en plus d'harmonisation entre les différentes statistiques depuis l'adoption d'une norme des registres d'entreprises par un bon nombre de pays en 1993 (Council Regulation, EEC No 2186/93 de juillet 1993). Cette norme vise à apporter des standards minima et à assurer un certain niveau de qualité de données. Troisièmement, l'adoption de cette norme entraîne une amélioration constante des données permettant d'augmenter leur comparabilité. Quatrièmement, et par-dessus tout, les indicateurs proposés par Eurostat-OCDE (2007) requièrent une base de données qui donne la population active des entreprises comme dénominateur commun. C'est pourquoi l'usage des registres comme source d'information sur les entreprises aide à minimiser le problème d'erreurs de mesure et à assurer une correspondance étroite entre les données en tant qu'échantillon et la firme en tant que population (Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller, 2008).

Toutefois, ces trois organismes internationaux reconnaissent que, malgré les efforts déjà déployés, les registres ne sont pas encore adéquats dans plusieurs pays. Il est donc important de reconnaître leurs limites dans le cadre d'une comparaison internationale. Il est clair que des différences méthodologiques existent parmi les pays produisant des statistiques de démographie d'entreprise basées sur les registres. Ces différences sont souvent dues à la manière dont les entreprises sont définies et au fait que la méthodologie utilisée par les instituts nationaux de statistiques est conçue surtout pour tenir compte des considérations nationales plutôt que d'un désir de satisfaire des comparaisons internationales. L'une des plus fréquentes différences est liée au fait que l'apparition ou la disparition d'une entreprise sur un registre ne coïncide pas nécessairement avec la date à laquelle elle est née ou disparue (Baldwin, Beckstead et Girard, 2002). De même, certaines entrées dans les registres représentent des firmes qui changent de statut légal (par exemple, faisant suite à l'achat par un groupe), mais qui restent inchangées sur les autres aspects (Ahmad, 2008). Il n'est pas du tout évident de considérer ou non ces modifications comme des changements organisationnels innovants et d'ainsi les inclure ou non dans une mesure de l'entrepreneuriat. Enfin, plusieurs registres excluent les firmes, souvent très petites, notamment celles opérant exclusivement dans l'économie informelle.

### 8.2.2. Une approche basée sur des enquêtes

Une autre façon de mesurer la création, la survie, la croissance ou la disparition des entreprises est de passer par des enquêtes auprès d'un échantillon relativement représentatif, dans la mesure où les répondants sont capables de décrire de manière précise et complète comment leur entreprise a été créée, a évolué ou est disparue[7] et quels sont, ou ont été, les facteurs du succès ou de l'insuccès de celle-ci. Cette approche peut être utile quand les ressources pour monter et suivre un registre de qualité sont inexistantes. Elle a même l'avantage de pouvoir recueillir plus

7. Dans ce dernier cas, à la condition qu'on puisse retracer l'ancien propriétaire dirigeant, ce qui est souvent difficile.

d'informations, par rapport à des données secondaires comme les registres fiscaux ou touchant l'enregistrement des employés pour des raisons fiscales ou de sécurité au travail.

Les données tirées des enquêtes peuvent toutefois souffrir de carences dans la représentativité, être limitées dans le cas d'analyses régionales ou locales avec des échantillons trop petits, ou poser des problèmes sur la qualité de certaines réponses surtout si le questionnaire est rempli par une personne moins au fait de l'histoire de l'entreprise, soit un cadre ou un dirigeant récent. Cette méthode peut cependant permettre d'appréhender la création d'entreprises informelles si les enquêteurs vont directement sur le terrain.

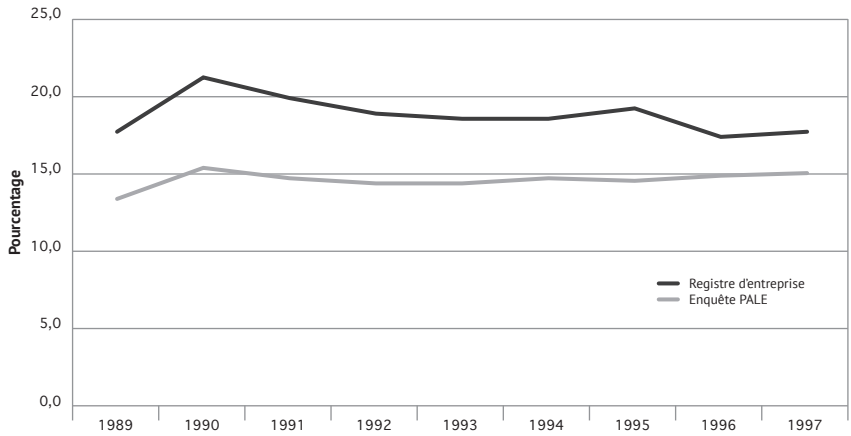
Beaucoup d'informations peuvent être obtenues à partir de ces enquêtes exhaustives, avec de grandes tailles d'échantillon, notamment lorsqu'il est nécessaire de recueillir de l'information sur des types particuliers d'entreprises ou sur les principaux déterminants de succès ou d'échec. Dans certains cas, ces enquêtes peuvent être complétées par l'information tirée des registres d'entreprises, même incomplets, pour vérifier la représentativité de certaines variables existant tant dans l'enquête que dans le registre. En d'autres termes, les registres sont constitués pour servir directement de sources de données, mais aussi pour aider à la collecte de données plus détaillées à travers des enquêtes plus approfondies. C'est le cas, entre autres, d'Eurostat utilisant les registres pour le projet DOSME et les enquêtes pour le projet FOBS dont nous avons parlé plus haut.

Dans le cas qui nous concerne plus directement, Eurostat et l'OCDE (2007) ont développé un manuel visant l'harmonisation des données tirées des registres dans le but de produire des données normalisées sur la démographie d'entreprise. Le fichier québécois contenant le Registre des entreprises de l'Institut de la statistique du Québec n'est pas encore totalement conforme à cette proposition. Cela peut s'expliquer par trois raisons. Premièrement, le fichier n'utilise la date de création d'entreprises que depuis 2008. Deuxièmement, il est sujet à de nombreuses modifications d'une année à l'autre ; il semble ainsi difficile de suivre et de vérifier les changements

dans le temps de l'évolution des entreprises. D'ailleurs, une entreprise, ayant cessé ses activités, peut traîner plusieurs mois dans le fichier avant d'en être retirée. Troisièmement, le fichier n'affiche pas le nombre exact d'employés au sein d'une entreprise, mais l'indique plutôt sous forme de strate d'emplois (1 à 4, 5 à 9, 10 à 19, etc.). Dans ce sens, un changement important dans l'employabilité d'une entreprise peut prendre un certain temps avant d'être identifié. Malgré ces lacunes, le Registre des entreprises du Québec pourrait être ajusté en le reliant aux données fiscales de Revenu Québec et pourrait, dans ce cas, s'appliquer également aux régions.

Mais il existe aussi une autre source qui provient du Programme des analyses longitudinales de l'emploi (PALE) de Statistique Canada, repris et compilé par la Direction de l'analyse économique du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Exportation (MEIE) du Québec, Division des petites entreprises et des enquêtes spéciales. Or ces deux sources, le registre et le PALE, donnent des résultats fort différents. Par exemple, comme on peut le voir à la figure 8.1 pour le Canada sur la période

**Figure 8.1**
Taux d'entrée des firmes au Canada selon la source entre 1989 et 1997




Source : Baldwin, Beckstead et Girard (2002, p. 52).

observée de 1989 à 1997, le taux d'entrée (toutes entreprises confondues) annuel moyen par rapport à l'ensemble des entreprises, est de l'ordre de 18,5 % dans le premier cas, alors qu'il tourne autour de 14,5 % dans le deuxième, soit une différence significative de 4 points montrant bien que les sources diffèrent considérablement.

Pour d'autres comparaisons canadiennes ou internationales, il existe aussi des sources comme, pour le Canada, le Fichier longitudinal de données de recherche sur les manufactures (FLDRM) (Baldwin, Beckstead et Girard, 2002), la base de données sur la productivité par industrie dénommée programme KLEMS (capital, main-d'œuvre, énergie, matériaux et services) (Baldwin *et al.*, 2008) et enfin les données sur la Sécurité sociale (Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller, 2008). En ce qui concerne d'autres pays, il existe aussi le STAN et le ANBERD (Brandt, 2004) et la Integrated Longitudinal Business Database (ILBD) (Davis *et al.*, 2007), le fichier SIRENNE (Institut national de la statistique et des études économiques – INSEE) (Verstraete et Saporta, 2006), ou encore le COMPENDIA (Van Stel, 2008). Malheureusement, nous n'avons pu évaluer la comparabilité de ces données avec celles disponibles pour le Québec.

## 8.3. Les facteurs affectant la comparabilité internationale

Quatre facteurs ont été identifiés comme affectant le plus souvent la comparabilité conceptuelle et méthodologique des données sur la démographie d'entreprise, soit l'unité d'enregistrement, le seuil d'enregistrement, l'homogénéité des firmes enregistrées ainsi que le cadre temporel lié au traitement des données (Vale, 2005 ; Ahmad, 2008).

### 8.3.1. La question de l'unité d'enregistrement

Si on veut calculer le nombre d'entreprises nouvelles dans une économie et le comparer avec ceux présents dans d'autres pays et pondérés selon un dénominateur commun, comme le nombre total d'entreprises,

il faut s'entendre sur une définition claire de l'entreprise nouvelle, comme numérateur, et sur la sélection du dénominateur le plus adéquat. Or cela ne va pas de soi. Par exemple, le Système de décompte national d'Eurostat et la Classification industrielle internationale normalisée (ISIC) fournissent des définitions internationales d'entreprise qui sont loin d'être convergentes. Pourtant, cette définition est d'une importance cruciale étant donné les répercussions directes qu'elle aura sur les taux d'entrée et de sortie en affaires. Gartner et Shane (1995) expliquent que, dépendamment de l'approche utilisée, le décompte des entreprises dans l'économie américaine peut varier de 4 à 21 millions. Il est essentiel de préciser l'unité de décompte statistique qui est utilisée. Deux types sont proposés dans la littérature, soit le nombre d'individus en affaires ou encore le nombre d'organisations.

L'enregistrement individuel fait référence au décompte des entrepreneurs qui entrent et restent en affaires ainsi que de ceux qui disparaissent. Ces entrepreneurs peuvent être soit des travailleurs indépendants, soit des propriétaires dirigeants d'entreprise. La difficulté provient, d'une part, de la délimitation des frontières entre ces deux types d'entrepreneurs. Car dans certains pays, les travailleurs indépendants se distinguent statistiquement des propriétaires-dirigeants alors que, dans d'autres, ce n'est pas le cas. Par exemple, les statistiques de la force de travail de l'OCDE demandent aux pays de collecter l'information à partir d'une enquête où l'occupation principale de l'interviewé est déterminée par le choix d'une des catégories suivantes : 1) employé, 2) employeur, 3) travailleur pour son propre compte, 4) membre de coopératives de producteurs, 5) travailleur familial non payé et 6) travailleur non classé (OCDE, 2000). Cette enquête distingue donc les employeurs pouvant être des propriétaires-dirigeants et ceux travaillant pour leur propre compte comme travailleurs autonomes (Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller, 2008). La distinction se complique toutefois dans le cas où un entrepreneur est propriétaire de plusieurs entreprises. C'est le cas d'entrepreneurs en série comme celui qui avait créé en dix ans une trentaine d'entreprises, la plupart en forte croissance, comme le rapportait *The Executive Forum* de 1986.

L'unité d'enregistrement organisationnel fait référence au décompte soit des entreprises, soit des établissements, créés ou disparus. L'établissement est le niveau d'unité de décompte statistique le plus bas et l'entreprise qui constitue un groupe d'établissements est le niveau d'enregistrement le plus élevé. Plus on retient une unité à un niveau agrégé (entreprise), plus le taux d'entrée est faible. Le manque de délimitation claire entre l'entreprise et l'établissement peut être une source de confusion non négligeable dans l'analyse statistique de l'entrée ou de la croissance en affaires. Considérons, par exemple, une entreprise qui comprend initialement une unité locale d'activité (un établissement) et qui, ensuite, s'étend par la création d'une filiale de même taille avec un contrôle central au niveau de l'organisation. Si ces affaires sont définies au niveau de l'établissement, c'est-à-dire par unité locale d'activité, cette expansion est statistiquement considérée comme une entrée et non pas comme une excroissance de l'entreprise originale. Si les affaires sont définies au niveau de l'entreprise, il n'y a pas d'entrée, mais l'entreprise a statistiquement doublé sa taille. Cependant, les données basées sur l'établissement peuvent jouer un rôle important dans la pratique, car les décideurs et les chercheurs intéressés par l'investigation des différences territoriales (État, région, localité) ont de la difficulté à exploiter les données basées sur l'entreprise sur le plan national. Au chapitre précédent, nous avons noté que la création d'une première filiale de plus de 500 employés d'une entreprise multinationale dans un pays donné peut être considérée comme la création d'une grande entreprise dans les statistiques nationales, alors que ce n'est pas le cas sur le plan international.

En dépit de cette limite, l'approche basée sur l'entreprise ou l'organisation est privilégiée dans les statistiques de démographie d'entreprise dans de nombreux pays parce qu'en pratique, plus la région est petite, plus entreprises et établissements se confondent. D'ailleurs, on sait que la très grande majorité des entreprises créées sont des PME et que, la plupart du temps, elles n'ont qu'un seul établissement. Dans le cas des filiales de multinationales, elles ne sont pas comptabilisées dans certains pays, alors qu'elles le sont dans d'autres (OCDE, 2000).

De même, certains pays, dépendamment du degré de contrôle et de la nature de l'activité économique, consolident les sociétés ayant plus d'une filiale y compris à l'étranger, notamment dans ce qu'on appelle des paradis fiscaux, alors que d'autres ne le font pas, entre autres pour des raisons d'évitement fiscal (Ahmad, 2008). Dans ce cas, les mesures basées sur l'entreprise peuvent avoir les mêmes limites que celles basées sur l'établissement. Cette discussion rappelle l'importance d'être prudent dans l'analyse des données sur la démographie d'entreprise, qu'elles soient basées sur l'établissement ou sur l'entreprise.

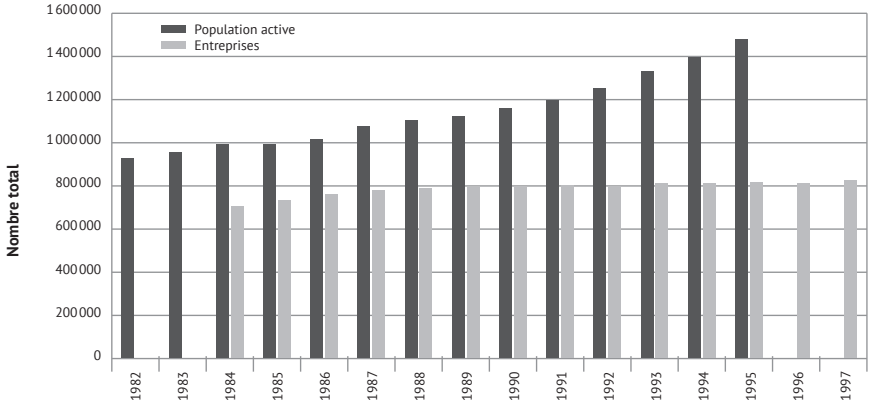
Sur l'aspect du numérateur, les taux d'entrée peuvent varier considérablement selon l'unité statistique utilisée dans un même pays. La figure 8.2 illustre la démographie d'entreprise dans le cas du Canada selon l'unité statistique choisie quant au nombre d'entreprises, aux taux d'entrée en affaires ou au taux de création comparativement à la population active, au travail indépendant ou encore au taux d'autoemploi.

Ajoutons aussi que, dans certains pays, une firme s'incorporant avec uniquement son propriétaire ne sera traitée comme naissante que si elle engage au moins un employé, faisant ainsi le lien entre la création et le dynamisme lié à la création d'emplois. Cette façon de faire peut être déterminée par convention. On peut comprendre que l'existence ou non de travailleurs indépendants peut causer d'énormes différences dans les statistiques sur la démographie d'entreprise. L'exemple de la Slovaquie qui, en 2001, montrait une hausse très importante dans le taux de création d'entreprises s'expliquait justement par l'entrée des entreprises non incorporées et sans employé (Ahmad, 2008) cette année-là, alors que ce n'était pas le cas au cours des années précédentes[8]. Certains pays comme les États-Unis excluent de leurs estimations ces créations d'entreprises sans employé, alors qu'Eurostat les inclut. Le problème se situe au niveau des seuils d'enregistrement qui ne sont pas encore standardisés dans plusieurs pays. La question est alors de savoir quel seuil doit être appliqué.

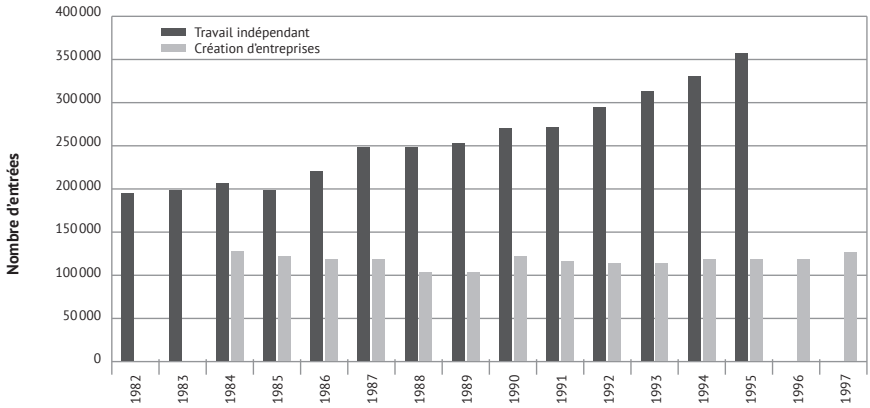
8. À noter que ce problème s'est aussi présenté dans les analyses du GEM sans que les rapports annuels de cet organisme en tiennent compte.

**Figure 8.2**
Comparaison des taux d'entrée en affaires selon diverses catégories de population analysée et comparée au Canada, entre 1982 et 1997

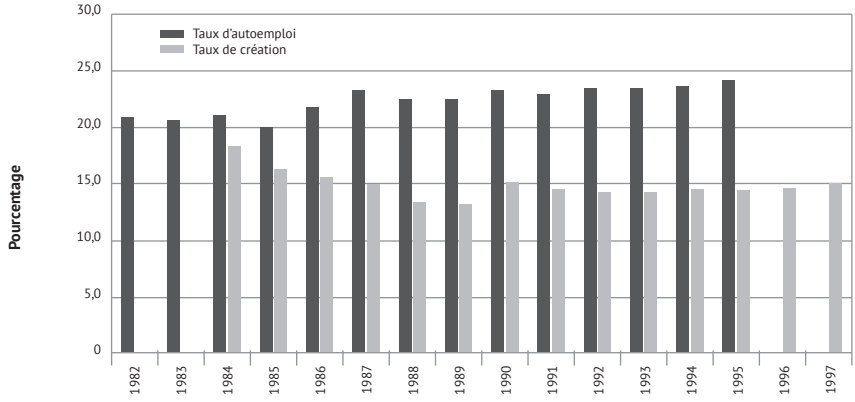
***a*) Population active – Entreprises**




***b*) Travail indépendant – Création d'entreprises**



***c)* Taux d'autoemploi – Taux de création**




Source : Kanagarajah (2003).

Un autre problème est le caractère nécessaire ou volontaire des enregistrements et la période obligatoire pour le faire. Dans certains pays, ce dernier est obligatoire et doit se faire dès une certaine incorporation. Dans d'autres, il s'agit d'un acte volontaire, ou exigé uniquement avec un certain seuil d'employés. Dans ce cas, beaucoup de microentreprises risquent d'être exclues des estimations mêmes si elles sont déjà actives depuis un bon bout de temps. Dans les compilations de firmes par la notation financière, si les nouvelles firmes n'ont pas besoin de recourir aux banques qui exigent cette notation, elles ne sont pas tenues de s'inscrire au registre. Ces façons de faire limitent évidemment la portée des informations publiées.

Un moyen d'améliorer la comparabilité des données sur la démographie d'entreprise est d'enregistrer les créations avec un seuil plus élevé d'employés comme indicateurs additionnels : plus le seuil est élevé, plus la probabilité qu'une création provienne d'une firme non incorporée et sans employé est faible et plus la comparabilité des données entre les pays est consistante à condition que les registres soient utilisés comme source d'information (Ahmad, 2008). Cette façon de faire permet d'arbitrer entre la qualité de la comparabilité et la perte d'information vis-à-vis des (très) petites firmes. Le tableau 8.1 fournit une illustration à cet égard

en démontrant que les taux d'entrée et de sortie des entreprises de plus de 50 employés sont très faibles (moins de 2 %), alors que si on retenait les firmes beaucoup plus petites (1 à 4 employés), ce taux dépasserait 15 % comme nous l'avons montré au tableau 7.4 que nous reprenons ici.

**Tableau 8.1**
Taux de création et de disparition des entreprises selon la taille par tranches d'emplois au Québec, moyenne 2001-2002 à 2005-2006

| | Entreprises créées | | Entreprises disparues | |
|---|---|---|---|---|
| | Nombre | Taux de création | Nombre | Taux de disparition |
| **Tranche d'emplois** | ***n*** | **%** | ***n*** | **%** |
| 1 à 4 | 25 509 | 15,1 | 23 930 | 14,3 |
| 5 à 19 | 1 404 | 3,1 | 1 375 | 3,0 |
| 20 à 49 | 230 | 1,7 | 227 | 1,7 |
| 50 à 249 | 82 | 1,6 | 83 | 1,2 |
| 250 à 499 | 5 | 0,9 | 11 | 1,9 |
| 500 et plus | 6 | 0,9 | 4 | 0,7 |
| **Total** | **27 237** | **11,5** | **25 631** | **10,9** |

Note : Le taux représente le nombre d'entreprises créées ou disparues par rapport au nombre d'entreprises totales incluant celles-ci.

Source : Compilation à partir des données du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec, Direction de l'analyse économique.

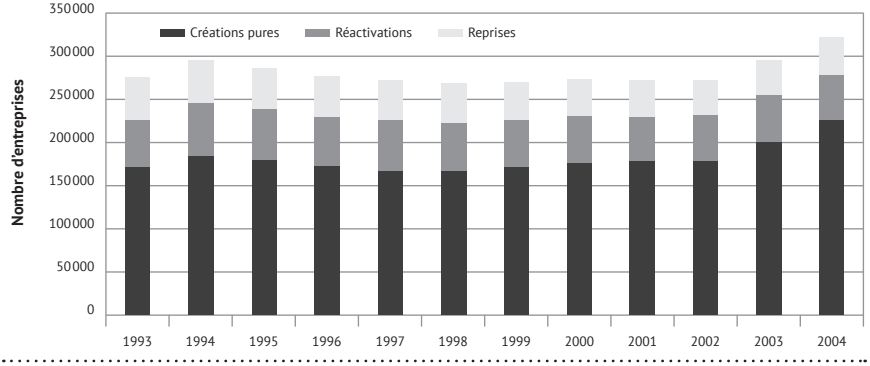
## 8.3.2. La question de l'hétérogénéité des entreprises et des secteurs

Les créations ne proviennent pas toutes de nouvelles entreprises indépendantes, comme dans le cas des filiales ou de scissions d'entreprises pour des raisons de multiplication d'activités plus ou moins compatibles, par exemple. De même, comme on l'a dit, un certain nombre de disparitions relèvent de fusions ou d'acquisitions, certaines avec changement de nom, sinon d'activités. L'homogénéité fait ainsi face à l'identification des créations *pures* par rapport à d'autres types de créations incluant les reprises et les réactivations d'entreprise.

La création, par un individu étant pour la première fois propriétaire-dirigeant, d'une entreprise indépendante qui n'existait pas auparavant et qui exerce une activité nouvelle est qualifiée de création pure (dite *ex nihilo*). Il s'agit de la mise sur pied d'une activité nouvelle et non pas de la simple continuation d'une activité antérieurement exercée. L'acquisition d'une entreprise en activité ou en difficulté, par un individu ou des individus pour la première fois propriétaires-dirigeants et qui poursuivent tout ou une partie de l'activité ancienne de celle-ci est qualifiée de reprise d'entreprise. Celle-ci peut émaner d'un achat, de donation ou d'héritage. La remise en activité d'une entreprise en sommeil par un entrepreneur retrouvant le même numéro d'immatriculation que celui qui lui avait déjà été attribué dans le passé est qualifiée de réactivation d'entreprise (Bruyat, 1994 ; Counot et Mulic, 2004 ; Verstraete et Saporta, 2006 ; Fabre, 2007).

Les statistiques démographiques d'entreprise de la France distinguent les créations pures des reprises et des réactivations, comme l'illustre la figure 8.3. On voit que ces dernières touchent plus de 40 000 entreprises annuellement ou plus de 15 % des entreprises relativement nouvelles.

**Figure 8.3**
Types et nombres de créations d'entreprises en France entre 1993 et 2004




Source : Verstraete et Saporta (2006).

Au Canada, les entrées peuvent être calculées à partir du Fichier longitudinal de données de recherche sur les manufactures (FLDRM) (Baldwin, Beckstead et Girard, 2002). La spécificité de cette source basée sur une enquête annuelle des entreprises manufacturières au Canada réside dans le fait que les taux d'entrée sont calculés en tenant compte à la fois du nombre d'entreprises et de la taille en emplois. Une autre particularité est liée au fait que ce fichier distingue plusieurs types d'entrées, incluant l'entrée d'une firme qui crée un nouvel établissement (création pure), l'entrée d'une firme, nouvelle dans le secteur manufacturier, qui crée de nouveaux établissements (nouvel entrant), l'entrée d'une firme qui reprend un établissement (reprise ou acquisition) et l'entrée des firmes qui changent d'une industrie à une autre. Le tableau 8.2 illustre la part de ces variations en moyenne de 1989 à 1997 selon la catégorie de mises en production nouvelle des entreprises, de l'industrie manufacturière.

**Tableau 8.2**
Taux d'entrée des firmes et taux de création d'emplois dans le secteur manufacturier canadien selon différentes catégories, moyenne entre 1989 et 1997 par rapport au nombre d'entreprises ou d'emplois totaux

| Type | Industrie manufacturière (% du total des établissements) | Industrie manufacturière (% de l'emploi total) |
|---|---|---|
| Nouvelle usine | 8,1 | 3,0 |
| Nouvelle usine d'une nouvelle entreprise de fabrication | 7,0 | 2,1 |
| Nouvelle entreprise dans une industrie à quatre chiffres par création ou construction d'une nouvelle usine | 7,8 | 2,6 |
| Nouvelle entreprise par acquisition d'une usine | 0,8 | 3,2 |
| Nouvelle entreprise dans une industrie à quatre chiffres par acquisition | 2,6 | 6,0 |
| Entrée dans le secteur de la fabrication, tant nouvelles entreprises que fusions | 8,4 | 5,3 |

Source : Baldwin, Beckstead et Girard (2002, p. 17).

Dans ce tableau, on peut voir que les acquisitions comptent pour 10 % seulement des créations nouvelles, mais expliquent presque la même part de création d'emplois que ces dernières, soit 3,2 %.

Il convient de souligner que les données à l'Institut de la statistique du Québec sur les créations d'entreprises ne sont pas encore organisées pour établir une telle distinction, malgré son importance.

En somme, le choix du facteur d'homogénéité dans les indicateurs dépend du contexte national et de la structure démographique existante. Les États-Unis, par exemple, comptabilisent les créations d'entreprises sans faire de telles distinctions, alors que la France et le Canada, dans une certaine mesure, distinguent les créations pures des reprises. En raison de la pyramide d'âge, il est probable que les entrepreneurs plus âgés transmettront encore plus leurs entreprises ; ce qui laisse présager de nombreuses transmissions ou redémarrages d'entreprises par voie d'acquisition.

### 8.3.3. La question de la temporalité des données

Une autre question importante, soulignée à quelques reprises plus haut, dans la production et l'analyse des données que l'on retrouve dans la littérature, est celle de la période temporelle retenue dans l'histoire des entreprises (Gartner et Shane, 1995 ; Baldwin, Beckstead et Girard, 2002 ; Vale, 2005 ; Ahmad, 2008). En effet, la spécification du moment de la naissance ou de la fermeture de chaque entreprise peut affecter de façon plus ou moins importante les résultats. En d'autres termes, le choix du moment où l'entreprise entre dans le registre et y est mesurée peut changer considérablement ces résultats.

Il existe deux approches à cet égard, soit celle basée sur une date et celle basée sur une période (Vale, 2005 ; Ahmad, 2008). Il s'agit de comprendre si la population est mesurée à un moment précis ou si elle était présente à n'importe quel moment sur une période donnée.

L'approche basée sur une date pointée dans le temps fournit un portrait de la population d'entreprises à la fin (par exemple, le 31 décembre de l'année) ou au début (le 1er janvier) de l'année calendaire pour laquelle les estimations sont requises. Cette date influe sur le stock d'entreprises existant à la fin ou au début de l'année puisque durant l'année, certaines entreprises disparaissent, alors que d'autres sont ajoutées. Compte tenu des données supplémentaires disponibles dans chaque pays, l'approche basée sur un point précis du temps ne peut capturer toutes les créations et toutes les disparitions, notamment pour les entreprises ayant une durée de vie de moins d'une année. Par exemple, nous avons dit qu'environ 20 % des nouvelles entreprises ne passent pas le cap d'une année. La date retenue peut inclure ou non ces dernières, car si la date de référence utilisée est la fin de l'année, les entreprises créées spécialement pour les fêtes de Noël sont exclues alors que ce n'est pas le cas d'autres entreprises ayant des activités saisonnières liées au tourisme ou à l'agriculture, sous-estimant ainsi ces dernières ; ce qui peut être particulièrement significatif dans le contexte des comparaisons des pays nordiques de ceux régulièrement ensoleillés attirant plus de touristes.

L'approche basée sur une période mesure la population d'entreprises durant tout le cours de l'année calendaire ; elle peut être vue comme une approche de flux. Cette approche est capable de tracer et d'estimer les créations de courte vie, c'est-à-dire les mêmes firmes qui entrent et sortent de la population d'entreprises au cours de l'année. Les 48 observations effectuées par Eurostat dans 18 pays pendant 4 ans qui concernant la survie des entreprises montrent qu'en moyenne plus de 87 % des créations dans une année donnée sont également actives l'année suivante (Ahmad, 2008). Près de 13 % des entreprises de courte vie peuvent être incluses ou non selon l'approche adoptée, ce qui n'est pas négligeable. L'approche retenue peut donc affecter de façon significative les comparaisons.

La question de la période choisie touche un autre aspect important quand on discute des tailles d'entreprises. Par exemple, en prenant une date de référence au début d'une période, on peut sous-estimer la taille des firmes qui croissent rapidement et, par conséquent, leur nombre. C'est

un des points importants de la querelle entre ceux qui estiment que les nouvelles entreprises, normalement des PME, sont les premières créatrices d'emplois, comme l'avait calculé David Birch (1979), et ceux qui tiennent surtout compte de celles qui croissent rapidement pour finalement dépasser le cap des 500 employés, considérant en somme que les grandes entreprises créent le plus d'emplois (Davis, Haltiwanger et Schuh, 1996). La croissance constante depuis 30 ans de la part de l'emploi total provenant des entreprises de moins de 250 employés résout finalement la question au profit des PME, comme l'ont montré Picot et Dupuy (1998).

Cette question du choix du début ou de la fin d'une période s'est posée aussi quand nous avons effectué les premières études sur les gazelles (OCDE, 2001a). Devait-on retenir les entreprises au début ou à la fin de la période étudiée pour les considérer comme des PME ? La première option a été adoptée, puisque très peu d'entre elles avaient dépassé le cap de 500 employés à la fin de la période (Julien, Mustar et Estimé, 2001).

Une autre divergence au niveau du cadre temporel est la spécification de la périodicité de la production des données sur la démographie d'entreprise. La question est de savoir sur quelle période les créations et les disparitions sont mesurées et comment la périodicité (régulière ou non) influence la mesure d'entreprises avec une durée de vie plus courte. La majorité des sources identifiées et utilisées dans le cadre de comparaisons internationales sont annuelles, quoique des bases de données trimestrielles et mensuelles soient disponibles pour certains pays. Dans certains cas, la disponibilité des données est liée aux recensements économiques à intervalle de 5 ans. Pour les données avec une périodicité plus grande qu'une année, il est difficile de construire des estimations de création d'entreprises qui peuvent être comparées aux données annuelles. Dans ce cas, la proportion des créations de courte vie qui sont oubliées (ou qui ne sont pas retrouvées) s'accroît considérablement (Ahmad, 2008).

Le dernier facteur important en ce qui concerne le cadre temporel précise la longueur de la période analysée pour pouvoir effectuer des analyses d'évolution de la démographie d'entreprise. Cette spécification

est très importante, car la longueur de temps utile pour mesurer l'entrepreneuriat dans une économie est un aspect critique des bases de données (Gartner et Shane, 1995 ; Baldwin, Beckstead et Girard, 2002). Malgré leur volonté de procéder à des analyses longitudinales, les chercheurs sont souvent confrontés au problème lié à la disponibilité des données sur une période de temps plus longue.

## 8.4. Les attentes à l'égard de la mesure de l'entrepreneuriat

Comme nous l'avons dit tout au cours de ce travail, les gouvernements et autres intervenants s'attendent à ce que les mesures pour évaluer l'entrepreneuriat leur permettent de vérifier l'évolution du niveau d'activité entrepreneuriale, soit globalement, soit entre leurs régions au point de pouvoir le comparer avec d'autres économies ou d'autres régions. Ils espèrent également identifier les déterminants clés de l'efficacité entrepreneuriale et disposer ainsi de meilleurs moyens pour favoriser son développement.

### 8.4.1. La capacité de se comparer avec d'autres pays et régions

Bien que l'attention soit centrée sur la production de données nationales pour les besoins des politiques et recherches nationales, des gouvernements et des organisations internationales montrent un grand intérêt pour les comparaisons des statistiques de démographie d'entreprise entre les pays, en particulier à des fins d'étalonnage (Vale, 2005 ; Ahmad, 2008). Le souhait de partager et de comparer les informations relatives à l'entrepreneuriat a pour but de se positionner par rapport à d'autres pays et de s'inspirer de l'expérience entrepreneuriale qui y est développée (Davis, 2006a). C'est le cas du Danemark, qui s'est servi de l'expérience des trois pays les plus entrepreneuriaux sur le plan mondial pour comparer son propre dynamisme entrepreneurial (Larsen, 2008). Une telle comparaison n'est pas une mince tâche, mais tout de même possible en procédant aux ajustements

nécessaires par rapport aux divergences sur les sources d'information et sur les facteurs de comparabilité susmentionnés (Baldwin, Beckstead et Girard, 2002 ; Vale, 2005 ; Davis, 2008).

Mais cet exercice peut servir aussi à comparer les régions d'une même économie pour distinguer les plus dynamiques de celles au développement plus lent sinon en décroissance, au-delà des premières impressions ou des sources journalistiques.

### 8.4.2. L'identification des déterminants clés de l'efficacité entrepreneuriale

C'est un des objectifs des gouvernements d'établir ces comparaisons pour mieux comprendre les mécanismes favorisant l'entrepreneuriat et d'en identifier les causes explicatives ou les déterminants clés afin d'orienter leurs politiques. Ces déterminants englobent diverses caractéristiques et conditions de l'environnement individuel, organisationnel, national et international ainsi que des types d'entreprises, qui stimulent, soutiennent ou freinent l'entrepreneuriat. Les décideurs politiques souhaitent à comprendre ce qui explique le mieux le succès, l'insuccès, la croissance ou le déclin des affaires et comment chacune des caractéristiques de l'entreprise fournit un avantage concurrentiel. Ils sont aussi concernés par les statistiques de démographie d'entreprise qui présentent un meilleur portrait de l'économie générale et des différences régionales.

Par exemple, si les taux de création et de fermeture d'entreprises sont relativement semblables entre les États-Unis et l'Europe, ce qui semble les distinguer, c'est la façon dont les entreprises prospèrent aux États-Unis et remplacent les anciens chefs de file du marché. Parmi les 25 premières entreprises (plus grandes) aux États-Unis en 1998, 8 n'existaient pas (ou étaient très petites) en 1960, alors que les 25 premières entreprises en Europe en 1998, étaient déjà importantes en 1960. Aux États-Unis, les entreprises entrantes étaient plus petites et initialement moins productives que leurs homologues européennes, mais celles qui survivaient connaissaient ensuite un essor plus rapide (Davis, 2006a).

Malgré la qualité de ces analyses, des questions demeurent entières quant aux répercussions de l'entrepreneuriat et à la manière de le favoriser en fonction des objectifs, car ces déterminants sont nombreux et certains sont plus propices, dans certains territoires, au développement régional et à la prospérité économique. Le défi pour les chercheurs est alors d'identifier les causes clés de l'efficacité entrepreneuriale.

### 8.4.3. Le besoin d'un cadre d'analyse statistique en lien avec les objectifs poursuivis

De nombreux pays aimeraient disposer d'un cadre statistique avec des indicateurs communs et uniformes pour comparer les niveaux d'activité entrepreneuriale avec les données de différentes régions, évaluer l'incidence de leurs politiques de promotion des nouvelles entreprises et se positionner par rapport aux actions des autres, surtout en matière de déterminants. Mais cette ambition fait face à une réalité complexe d'économies disparates et d'objectifs divers en matière d'entrepreneuriat à promouvoir. Pour certains pays, ce sera la croissance, pour d'autres, la productivité ou encore l'autoemploi. Cette diversité d'objectifs se traduit par des politiques publiques adaptées de sorte que les résultats en termes d'entrepreneuriat pourraient ne plus être comparables.

Si les pays veulent se comparer et s'inspirer d'autres expériences couronnées de succès, ils doivent tenir compte de ces différences, par exemple dans la structure et dans l'évolution économique. Un petit territoire à côté d'une très grande économie, comme le Québec comparativement aux États-Unis ou le Danemark par rapport à l'Allemagne voisine, n'aura pas les mêmes politiques que de grandes économies comme la France ou le Brésil avec un grand marché intérieur. De même, la création d'entreprises nécessaires pour satisfaire les besoins de l'industrie touristique ne peut se baser sur les mêmes prémisses pour les pays du Nord et du Sud avec des infrastructures et des proximités différentes, comme on le voit avec les limites de l'attrait des Européens pour notre nature, alors que les anciens pays de l'Est plus proches, à l'histoire plus ancienne et aux plages

plus variées attirent plus facilement Français ou Hollandais. Par exemple, comparer la productivité des entreprises québécoises à celle des Ontariens est fort discutable étant donné l'importance de l'industrie automobile dans cette province.

Quant aux objectifs, comme l'explique Davis (2008), si c'est avant tout de promouvoir l'emploi, il est préférable d'aller directement aux mesures le favorisant, tels l'autoemploi ou la création d'entreprises sans souci de leur taille, du secteur retenu ou de leur croissance ultérieure. Si l'objectif principal est d'améliorer la compétitivité et la croissance des entreprises, il est préférable de retenir des mesures qui distinguent les firmes à forte croissance, notamment les firmes innovantes ou exportatrices ayant déjà quelques années d'existence, pour s'assurer que leur dynamisme n'est pas temporaire et de courte durée.

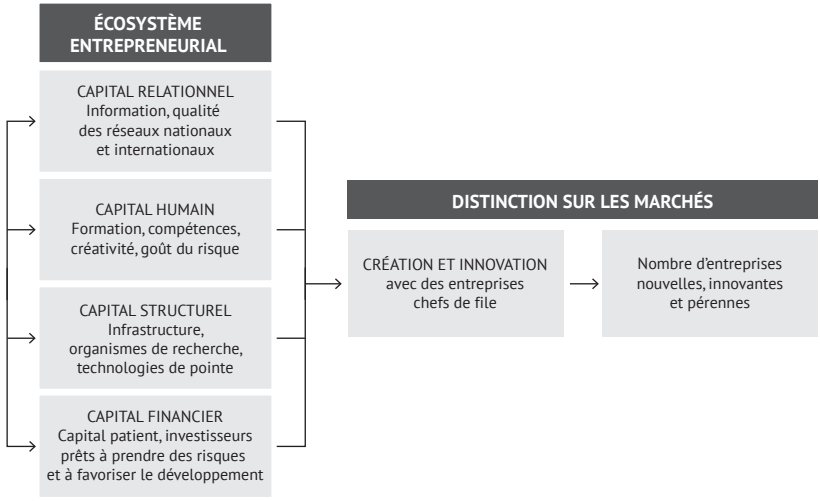
## Conclusion

Une autre question importante à prendre en compte en ce qui concerne la mesure est la contrainte de ressources limitées de tout organisme qui voudrait intervenir pour soutenir l'entrepreneuriat tant du côté de l'analyse que du côté des capacités d'intervention. Quand les ressources sont abondantes, on peut essayer de comprendre le comportement de tous les entrepreneurs potentiels ou effectifs et de leur entreprise, en particulier l'apport du milieu dans lequel ils évoluent pour soutenir leur développement quelles que soient leurs répercussions sur les objectifs. Malheureusement, cette abondance existe rarement et, pourrions-nous ajouter, de moins en moins.

Plutôt que de travailler sur des variables touchant toutes les entreprises, il vaut mieux cibler des types ou des groupes d'entreprises. Sinon, on n'aboutira finalement qu'aux seules variables macroéconomiques de demande comme l'évolution démographique, l'évolution des revenus ou la conjoncture pour expliquer la création et le développement de toutes les entreprises quelles qu'elles soient.

Par exemple, si on veut favoriser la création d'emplois de bonne qualité et soutenir la compétitivité territoriale, il vaudrait mieux commencer par les déterminants les plus susceptibles de stimuler les entreprises innovantes nouvelles ou anciennes, pouvant se distinguer sur les marchés nationaux et internationaux. Dans ce cas, les variables clés seraient les organismes de soutien à la recherche et au développement, le capital de risque formel ou informel, la formation et l'utilisation de ressources humaines compétentes dans les technologies de pointe pour les activités de gestion, de production et de coordination, la mise en place de réseaux de partage d'informations riches, et tout cela en soutenant, en particulier, certaines entreprises du territoire capables d'inciter les autres à se moderniser. Il faut donc assurer un écosystème entrepreneurial efficace. La figure 8.4 illustre ces relations.

**Figure 8.4**
Principales variables pour mesurer le dynamisme entrepreneurial national et territorial



Ajoutons que pour que cet écosystème soit dynamique, il ne suffit pas de disposer de ces ressources ou facteurs clés, il faut aussi s'assurer qu'elles fonctionnent en synergie et qu'elles partagent les mêmes objectifs. Ceci est illustré dans les boucles de rétroaction à gauche, entre les différentes formes de capital. Cette interaction permet d'expliquer notamment pourquoi certaines entreprises plus riches dans ces différents éléments n'arrivent pas à reproduire la dynamique déployée en Beauce et reconnue depuis longtemps.

Les données disponibles présentement ne permettent toutefois pas de mesurer finement toutes ces variables explicatives. On peut toutefois s'intéresser aux entreprises innovantes, pour qui nous disposons de plus en plus de données allant au-delà de la R-D. Par exemple, le numéro de septembre 2008, « Science, technologie et innovation en bref », de l'ISQ présente le nombre d'entreprises innovatrices manufacturières par grandes régions selon le type d'innovation entre 2002 et 2004.

L'enquête mesure même les problèmes et obstacles à cette innovation. On connaît aussi l'importance des programmes gouvernementaux pour faciliter celle-ci. Un pas plus important serait de mieux connaître aussi les sources d'information à la base de l'innovation ainsi que le type de réseaux qui la sous-tend de même que le type et la qualité de l'organisation (niveau et type de formation de la direction, nombre de techniciens et d'ingénieurs, part salariale de la formation continue, etc.), soit sa capacité d'absorption et de transformation en innovation et en opportunités. Bref, il faudrait développer des mesures capables d'établir des liens entre le type de PME innovantes proactives ou à fort potentiel de développement et les ressources disponibles, notamment en information riche et en capital social. De telles données commencent à être disponibles sur le plan des régions et devraient être améliorées, comme le rapport conjoncturel du Conseil de la science et de la technologie de 2004 l'a montré. Il faudrait aussi que les données puissent tenir compte du type d'innovation, à savoir si elle est de nature à permettre le développement de marchés et la croissance de l'entreprise (innovation de produits) ou à préserver

ses parts dans un marché des plus concurrentiels (innovation de procédés ou technologique), chacun des types n'imposant pas les mêmes contraintes ou les mêmes facteurs de succès.

À mesure que le gouvernement aura plus de moyens, il pourra s'attaquer à d'autres déterminants touchant le dynamisme des entreprises chefs de file pour compléter le portrait de l'environnement favorisant l'entrepreneuriat innovant, certaines relevant des conventions ou de la culture entrepreneuriale. Bien que certaines de ces variables explicatives soient non discriminantes sur le plan national (par exemple, les différentes législations qui s'adressent à toutes les entreprises), elles demeurent très difficiles à mesurer directement comme les éléments purement culturels (telles la propension au risque ou les attitudes envers les entrepreneurs) à moins d'utiliser des enquêtes sociopsychologiques et par échantillon. À noter que, selon nos informations, ces déterminants n'ont pas encore été analysés ni par les statisticiens de l'OCDE ni par ceux d'Eurostat.

Toutefois, pour être encore plus pertinente, la recherche des facteurs clés doit aussi s'étendre à l'entrepreneur, soit celui qui décide s'il affronte l'incertitude avec des capacités de plus en plus pointues, s'il y fait simplement face ou s'il veut l'éviter. Les études économiques oublient trop souvent que la principale distinction entre PME et grande entreprise repose sur la capacité du chef à changer rapidement la trajectoire de son entreprise, pour satisfaire ses besoins, ses objectifs, mais aussi ses contraintes. Des dirigeants qui ont cessé de développer leur entreprise parce qu'ils n'avaient pas la relève pour prendre la barre à court terme en sont une illustration.

Toute cette analyse nous permet maintenant de passer à l'application au niveau des grandes régions et, par la suite, au niveau microrégional.

# PARTIE 3

# L'application

*Au fond de cet enthousiasme de convention et au milieu de ces formes obséquieuses envers le pouvoir dominant, il est facile d'apercevoir dans les riches un grand dégoût pour les institutions démocratiques de leur pays. Le peuple est un pouvoir qu'ils craignent et qu'ils méprisent.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 2, partie 2, chap. XX, p. 14-15

*Cette troisième section est au cœur de la réponse au questionnement de cet ouvrage sur la mesure et les déterminants ou les variables explicatives de l'entrepreneuriat. Les trois chapitres qu'elle comprend présentent les résultats de cette analyse, d'une part, sur les grandes régions québécoises, avec le chapitre 9 et, d'autre part, sur les plus petites régions que sont les municipalités régionales de comté, les MRC, avec le chapitre 10. Toutefois, ces deux chapitres s'en tiennent aux résultats d'analyses statistiques quantitatives à partir principalement d'indicateurs économiques, analyses insuffisantes pour expliquer toutes les différences entrepreneuriales. C'est pourquoi le dernier chapitre, le 11, s'arrête à des données socioculturelles, comme l'importance des conventions ou des règles de jeu pour soutenir l'entrepreneuriat dont parle de Tocqueville ci-dessus, avec une première analyse de deux petites régions qui sont en même temps semblables et contrastées du point de vue de la création d'entreprises.*

*Ce chapitre 11 servira de préconclusion en permettant de rappeler la portée des résultats, notamment sur les politiques possibles pour stimuler l'entrepreneuriat en région. Nous évoquerons également les limites des analyses tant au point de vue de la quantité et de la qualité des données utilisées que de la nécessité de compléter les analyses économiques pour obtenir des résultats permettant d'enrichir l'élaboration des politiques publiques.*

Chapitre 9

# Une première analyse sur le plan des grandes régions[1]

Avec la collaboration de Martin Morin

*[Durant les siècles aristocratiques] il existait en Europe un grand nombre de pouvoirs secondaires qui représentaient les intérêts locaux et administraient les affaires locales. La plupart de ces autorités locales ont déjà disparu ; toutes tendent rapidement à tomber dans la plus complète dépendance. D'un bout de l'Europe à l'autre,les privilèges, les libertés des villes, les administrations provinciales sont détruites ou vont l'être.*

Alexis de Tocqueville, 1835, tome 2, partie 4, chap. V, p. 497

Malgré toutes les difficultés et contraintes statistiques dont nous avons parlé, les recherches empiriques doivent être menées pour avancer dans cette discussion scientifique entre théorie, réalité et pratique. Ces recherches devraient aider à mieux comprendre les causes favorisant l'entrepreneuriat, tout en restant évidemment prudent et même humble par rapport aux résultats obtenus.

1. Pour une analyse plus poussée de ce chapitre, le lecteur intéressé pourra se reporter au rapport de Julien *et al.* (2011) produit pour le compte de l'Institut de la statistique du Québec, le ministère des Finances et de l'Économie du Québec et Développement économique du Canada.

Dans cette recherche sur la mesure de l'entrepreneuriat et les variables pouvant l'expliquer, les données doivent répondre à deux qualités, soit d'abord être cohérentes avec la théorie et ensuite être applicables sur le plan territorial, compte tenu de leur disponibilité. Une des contraintes de cette application est de pondérer ces données de façon qu'un territoire plus grand, et qui compte une population plus importante d'individus et d'entreprises, ne prenne pas une importance démesurée par rapport aux autres territoires, ce qui conduirait à le considérer comme « plus entrepreneurial ».

Deux types de variables sont utilisées pour répondre à notre besoin, soit les variables objectives, plutôt macroéconomiques et de nature quantitative, et les variables sociologiques qui sont souvent de nature subjective pour refléter les intentions, les aspirations ou les perceptions et qui sont, pour la plupart, de type qualitatif. Nous nous arrêterons d'abord aux variables économiques pour revenir à celles plus socioculturelles au chapitre 11.

Mais, d'abord, il faut s'entendre sur le découpage territorial avant de nous arrêter à la mesure de notre variable dépendante, c'est-à-dire celle mesurant l'entrepreneuriat ou la création d'entreprises. Par la suite, nous discuterons des variables indépendantes ou explicatives du niveau entrepreneurial du territoire, soit les déterminants.

## 9.1. Le choix des régions

À propos du découpage territorial, nous nous limitons dans ce chapitre aux grandes régions du Québec que nous scinderons en territoires plus petits que sont les municipalités régionales de comté (MRC[2]) au chapitre suivant.

2. Une MRC ou municipalité régionale de comté est un regroupement de plusieurs municipalités appartenant à un même territoire administratif et reconnu juridiquement par les autorités québécoises.

Le découpage du Québec, tant sur le plan statistique qu'administratif, se divise en dix-sept régions qui sont, pour la plupart, en partie urbaines et rurales[3]. Cette division comprend les grandes agglomérations que sont Québec, Ville-de-Laval et surtout Montréal. On sait que la région du Grand Montréal représente plus de 50 % de l'économie québécoise et que plus de 40 % des nouvelles entreprises, y compris les travailleurs autonomes, sont créées sur ce territoire. Une façon de tenir compte de cette disproportion aurait été de subdiviser Montréal en quelques arrondissements, comme l'a fait Davidsson (2005) pour la capitale suédoise Stockholm ; mais les données nécessaires n'existent pas, sauf pour celles touchant la démographie tirée des recensements quinquennaux. Nous allons toutefois revenir sur ce problème de l'importance disproportionnée de Montréal dans notre analyse.

Ajoutons qu'une autre façon de définir les territoires pour éviter le surpoids des grandes agglomérations serait de distinguer des groupes de régions, comme l'ont rappelé Polèse et Shearmur (2005) ou Huriot et Bourdeau-Lepage (2009). Ce découpage permet, par exemple, de distinguer des comportements différents entre régions urbaines et rurales ou, encore, des territoires qu'on appelle les régions ressources dans lesquelles une partie importante de l'activité des entreprises est liée au secteur primaire comme l'agriculture, la forêt, les mines ou les pêcheries. Il est aussi possible de découper le territoire selon la structure industrielle régionale, ou encore selon un dynamisme lié notamment à l'innovation technologique. Nous reviendrons sur ces distinctions dans l'analyse des données.

## 9.2. La création des entreprises, tous secteurs confondus

Du côté de la mesure de l'entrepreneuriat ou de la variable dépendante, certaines études ont évalué les taux de création et de disparition des entreprises, leur somme donnant les taux de renouvellement ou de volatilité ; comme dans le cas des études de Reynolds, Miller et Maki (1995) ou encore celles

3. Nous exclurons de notre analyse la région du Nord-du-Québec qui ne compte aucune ville quelque peu importante.

de Kangasharju (2000). D'autres ont plutôt utilisé le nombre pondéré d'entreprises par 1 000 ou 10 000 habitants, comme Bosma, Wennekers et De Wit (2001), Acs *et al.* (2005) ou Rotefoss et Kolvereid (2005). Mais comme l'explique l'OCDE (2011, p. 58), les taux de création d'entreprises constituent l'indicateur le plus déterminant. D'autant qu'il y a une relation entre les taux de création et de disparition, ces derniers suivant le plus souvent les mêmes mouvements ou tendances, comme nous l'avons noté à quelques reprises. Par l'effet schumpétérien de *destruction créatrice*, un grand nombre de nouvelles entreprises remplacent celles qui sont moins dynamiques ou qui ferment pour diverses raisons, dont l'atteinte des objectifs de l'entrepreneur (Walker et Brown, 2004; Carsrud et Brännback, 2011; Kirchhoff, 2010).

C'est pourquoi nous nous en sommes tenus à la création d'entreprises en distinguant celles sans employé (les travailleurs autonomes) de celles avec employés. Pour cela, nous avons eu recours, d'une part, au Registre des entreprises du Québec (REQ) touchant toutes les entreprises, quels que soient les secteurs et, d'autre part, aux données de la firme Scott's sur l'évolution des entreprises manufacturières.

### 9.2.1. Le Registre des entreprises du Québec (REQ)

Le Registre des entreprises du Québec est un répertoire dans lequel se retrouvent obligatoirement toutes les entreprises constituées au Québec ou qui y font des affaires, y compris les nouvelles entreprises. Toute nouvelle entreprise doit s'y inscrire et y déclarer des informations relatives à sa forme juridique, à la présence ou non d'employés, à son secteur d'activité industrielle et à son adresse, y compris le code postal, ce qui permet de situer l'entreprise dans une région précise. De plus, il fournit l'année d'immatriculation[4] et le nombre d'employés si c'est le cas, et ce, par groupe, soit de 1 à 5 employés, 5 à 10, etc. Ces deux dernières informations

4. Nous avons vérifié que l'année de constitution réelle enregistrée par l'entrepreneur différait peu de l'année d'immatriculation ou d'enregistrement formel dans le registre, soit pour près de 90 %. Ce qui conforte notre idée de nous en tenir à ce taux pour mesurer la création d'entreprises.

sont données uniquement pour l'année de la dernière déclaration ou mise à jour dans le cas des entreprises toujours en activité, soit en 2010 pour la très grande majorité d'entre elles, ou pour la dernière année d'existence dans le cas de celles qui ont été radiées. Ce qui veut dire, entre autres, que cette banque du REQ ne nous permet pas de suivre les entreprises dans le temps afin d'analyser notamment l'évolution du volume d'emplois.

Dans ce répertoire, nous nous sommes intéressés aux entreprises immatriculées de 2001 à 2010 inclusivement. Nous nous sommes limités aux entreprises privées constituées soit en personne morale, soit en société, association ou autre, y compris les entreprises sociales, et comprenant toutes les informations touchant la localisation, l'activité économique et le volume d'emplois. Ce qui nous a donné 671 019 entreprises. Nous avons analysé le nombre d'immatriculations selon deux périodes, soit de 2001 à 2005 et de 2006 à 2010. Compte tenu de la crise économique sévère de 2008-2010, la combinaison de ces deux périodes peut correspondre à un cycle de moyen terme appelé cycle de Juglar[5], avec une période plus dynamique dans la première partie suivie d'un ralentissement dans la seconde. Cela nous permet de vérifier les changements de comportement entrepreneuriaux sur une dizaine d'années ; ce qui est intéressant sans toutefois atteindre l'objectif principal de nos analyses. Ajoutons qu'une évolution sur cinq ans permet d'augmenter la fiabilité des comparaisons entre régions ou selon les secteurs d'activité, comparativement à des données annuelles par exemple.

Afin de mesurer la propension à entreprendre selon les régions du Québec, nous avons utilisé le taux d'immatriculation (TI) pour chaque sous-période, soit le rapport entre le nombre d'immatriculations dans une région et sa population âgée de 25 à 64 ans[6] au milieu de chaque période (soit 2003 pour la création entre 2001 et 2005, et 2008 pour celle

5. Pour le lecteur intéressé à la théorie des différents types de cycles, voir par exemple Schumpeter (1964).

6. En excluant ainsi les enfants et les jeunes encore aux études et les plus âgés qui, en général, sont très peu susceptibles de créer ou de diriger une entreprise, l'âge moyen (ou médian) étant de 45 ans. À noter que l'OCDE a plutôt retenu 18 à 64 ans (OCDE, 2011).

entre 2006 et 2010)[7], pondérée par 1 000 habitants, et multiplié par 5 ans de façon à obtenir une donnée équivalente au nombre d'entreprises créées sur les cinq ans. Soit :

$$\text{TI} = \frac{\text{Nombre d'immatriculations}_{ijkt}}{\text{Population âgée de 25 à 64 ans}_{ij} \times 5}$$

où : $i$ = chacune des 17 régions administratives du Québec
$j$ = deux périodes considérées : 2001 à 2005, ou 2006 à 2010
$k$ = division d'industrie ou de secteur
$t$ = taille de l'entreprise au Québec :
soit nombre d'employés = 0,
ou nombre d'employés > 0

### 9.2.2. Les résultats avec le REQ par régions en 2001-2005 et en 2006-2010

Notre analyse montre que le nombre annuel d'immatriculations sur l'ensemble de la période (2001 à 2010) était assez stable, variant d'un minimum de 64 891 en 2001 à un maximum de 68 625 en 2004 pour fléchir à 65 196 en 2009 à cause vraisemblablement de la forte récession de 2008. En moyenne durant ces dix ans, le nombre d'immatriculations a varié autour de 67 102 par année.

Le tableau 9.1 présente ce taux d'immatriculation pour chacune des 17 régions du Québec, ainsi que pour l'ensemble du Québec en nombre et en pourcentage sur dix ans, selon les deux sous-périodes et les deux statuts, soit avec ou sans employé.

7. La population québécoise âgée de 25 à 64 ans était de 4 225 161 en 2003, soit 56,4 % du total de 7 485 838 habitants ; alors qu'elle était de 4 399 163 en 2008, soit 56,8 % des 7 751 332 habitants.

**Tableau 9.1**
Taux d'immatriculation annuel moyen par région, pour deux périodes et pour deux tailles par 1 000 habitants

| | col. 1 | col. 2 | col. 3 | col. 4 | col. 5 | col. 6 | col. 7 | col. 8 | col. 9 | col. 10 | col. 11 | col. 12 | col. 13 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Nombre d'entreprises immatriculées total pour les 5 ans | | | | Taux d'immatriculation en moyenne par 1 000 habitants de 25 à 64 ans | | | | | | Part[2] des travailleurs autonomes | |
| | | emploi = 0 | | emploi > 0 | | emploi = 0 | | | emploi > 0 | | | | |
| | Ensemble des secteurs d'activité | 2001-2005 | 2006-2010 | 2001-2005 | 2006-2010 | 2001-2005 | 2006-2010 | évo.[1] | 2001-2005 | 2006-2010 | évo.[1] | 2001-2005 | 2006-2010 |
| 1 | Bas-Saint-Laurent | 2 340 | 2 577 | 2 620 | 2 449 | 4,17 | 4,58 | 10 % | 4,67 | 4,36 | −7 % | 47 % | 51 % |
| 2 | Saguenay–Lac-Saint-Jean | 3 395 | 3 862 | 3 878 | 3 287 | 4,37 | 5,03 | 15 % | 4,99 | 4,28 | −14 % | 47 % | 54 % |
| 3 | Québec | 14 633 | 16 590 | 8 265 | 9 021 | 7,72 | 8,44 | 9 % | 4,36 | 4,59 | 5 % | 64 % | 65 % |
| 4 | Mauricie | 4 310 | 4 221 | 3 024 | 2 741 | 5,99 | 5,80 | −3 % | 4,20 | 3,77 | −10 % | 59 % | 61 % |
| 5 | Estrie | 6 866 | 6 877 | 4 249 | 3 668 | 8,48 | 8,17 | −4 % | 5,25 | 4,36 | −17 % | 62 % | 65 % |
| 6 | Montréal | 77 487 | 74 406 | 37 778 | 36 071 | 14,68 | 13,71 | −7 % | 7,16 | 6,65 | −7 % | 67 % | 67 % |
| 7 | Outaouais | 7 522 | 8 403 | 4 211 | 3 914 | 7,83 | 8,21 | 5 % | 4,38 | 3,82 | −13 % | 64 % | 68 % |
| 8 | Abitibi-Témscamingue | 2 047 | 2 246 | 2 055 | 1 693 | 5,05 | 5,53 | 10 % | 5,07 | 4,17 | −18 % | 50 % | 57 % |
| 9 | Côte-Nord | 1 046 | 1 253 | 1 210 | 1 062 | 3,70 | 4,56 | 23 % | 4,28 | 3,87 | −10 % | 46 % | 54 % |
| 10 | Nord-du-Québec | 342 | 310 | 492 | 471 | 3,46 | 3,04 | −12 % | 4,98 | 4,61 | −7 % | 41 % | 40 % |

**TABLEAU 9.1** (*suite*)

| col. 1 | col. 2 | col. 3 | col. 4 | col. 5 | col. 6 | col. 7 | col. 8 | col. 9 | col. 10 | col. 11 | col. 12 | col. 13 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nombre d'entreprises immatriculées total pour les 5 ans | | | | Taux d'immatriculation en moyenne par 1 000 habitants de 25 à 64 ans | | | | | | Part[2] des travailleurs autonomes | |
| | emploi = 0 | | emploi > 0 | | emploi = 0 | | | emploi > 0 | | | | |
| Ensemble des secteurs d'activité | 2001-2005 | 2006-2010 | 2001-2005 | 2006-2010 | 2001-2005 | 2006-2010 | évo.[1] | 2001-2005 | 2006-2010 | évo.[1] | 2001-2005 | 2006-2010 |
| 11 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine | 1 096 | 1 079 | 1 427 | 1 161 | 3,99 | 3,99 | 0 % | 5,20 | 4,29 | – 17 % | 43 % | 48 % |
| 12 Chaudière-Appalaches | 6 891 | 7 988 | 5 032 | 5 168 | 6,30 | 7,08 | 12 % | 4,60 | 4,58 | 0 % | 58 % | 61 % |
| 13 Laval | 12 265 | 13 232 | 7 100 | 6 961 | 12,21 | 12,44 | 2 % | 7,07 | 6,54 | – 7 % | 63 % | 66 % |
| 14 Lanaudière | 10 822 | 13 278 | 7 934 | 6 878 | 9,35 | 10,35 | 11 % | 6,86 | 5,36 | – 22 % | 58 % | 66 % |
| 15 Laurentides | 17 022 | 18 502 | 10 132 | 9 121 | 12,10 | 12,13 | 0 % | 7,20 | 5,98 | – 17 % | 63 % | 67 % |
| 16 Montérégie | 37 396 | 40 196 | 21 951 | 19 953 | 9,88 | 10,07 | 2 % | 5,80 | 5,00 | – 14 % | 63 % | 67 % |
| 17 Centre-du-Québec | 4 225 | 4 866 | 3 561 | 2 890 | 6,89 | 7,67 | 11 % | 5,80 | 4,56 | – 22 % | 54 % | 63 % |
| **Total** | **209 705** | **219 886** | **124 919** | **116 509** | **9,93** | **10,00** | **1 %** | **5,91** | **5,30** | **– 10 %** | **63 %** | **65 %** |
| | 2 340 | 2 577 | 2 620 | 2 449 | | | | | | | | |
| | Écart moyen des 16 régions (sans Nord-du-Québec) en % de leur moyenne arithmétique | | | | 2,61<br>34,1 % | 2,46<br>30,8 % | | 0,91<br>16,8 % | 0,72<br>15,0 % | | | |

1 Évolution de 2001 à 2005 ou de 2006 à 2010 du taux d'immatriculation.
2. Part des immatriculations de travailleurs autonomes (emploi = 0) sur les immatriculations totales de la période.

Pour l'ensemble du Québec, on peut voir que ce taux pour les travailleurs autonomes ou indépendants (emploi = 0) s'élève à 9,93 immatriculations par 1 000 habitants âgés de 25 à 64 ans (col. 6). Le nombre d'immatriculations pour ces derniers a augmenté d'un peu plus de 10 000 entre les deux sous-périodes, passant de 209 705 en 2001-2005 à 219 886 en 2006-2010 (col. 3). Mais, puisque la population a aussi augmenté à peu près dans la même proportion, le taux a peu changé, passant de 9,93 à 10,00 immatriculations par 1 000 habitants.

De leur côté, les immatriculations d'entreprises (comptant un employé et plus) sont moins nombreuses, avec des taux de 5,91 et de 5,30 immatriculations par 1 000 habitants respectivement pour chaque période. Les travailleurs autonomes (emploi = 0) représentent donc 63 % des immatriculations de la première période (col. 12) et 65 % de la deuxième (col. 13).

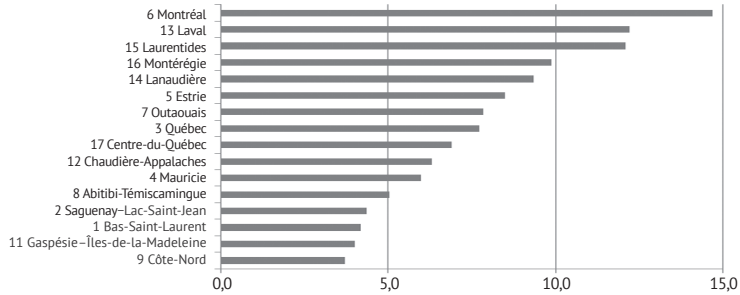
La figure 9.1 permet d'apprécier plus aisément la distribution des taux régionaux pour les travailleurs autonomes. On voit que Montréal, Laval et les Laurentides se démarquent clairement, avec des taux dépassant 12 pour 1 000 habitants, mais aussi la Montérégie et Lanaudière, avec des taux se situant autour de 10. Vient ensuite un groupe de régions composé de l'Estrie, de l'Outaouais et de Québec, avec des taux variant autour de 8 pour 1 000. On remarque que le point commun des cinq premières régions est de faire partie de la grande région métropolitaine de Montréal avec probablement des besoins particuliers pour la population et les entreprises. À l'inverse, les quatre régions ayant les plus faibles taux sont des régions périphériques avec une faible proportion d'urbanisation, à l'exception peut-être de Saguenay qui a tout de même une taille urbaine plus faible qu'une ville comme Sherbrooke, par exemple.

Dans le cas des entrepreneurs avec au moins un employé, le classement régional est plus serré, avec une variabilité moyenne globale de 16,8 % et 15,0 % des taux moyens respectivement pour les deux périodes. La région la moins entrepreneuriale est la Mauricie, et ce, pour les deux périodes, avec des taux de 4,20 et 3,77 nouvelles

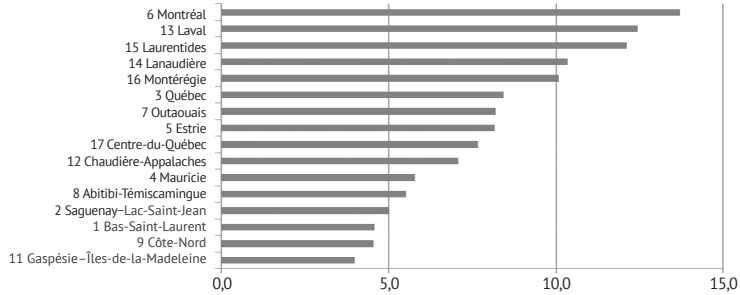
immatriculations pour 1 000 habitants respectivement. Pour la première période, à la suite de la Mauricie, viennent la Côte-Nord avec un taux de 4,28, la région de Québec avec 4,36 et l'Outaouais avec 4,38.

**Figure 9.1**
Taux d'immatriculation régionaux annuels moyens par 1 000 habitants, classés par ordre d'importance

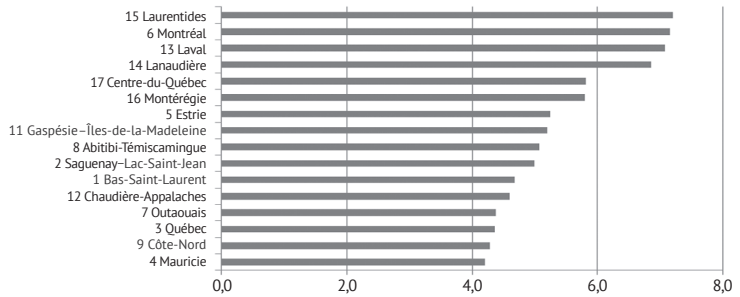
***a*) 2001-2005 pour emp = 0**



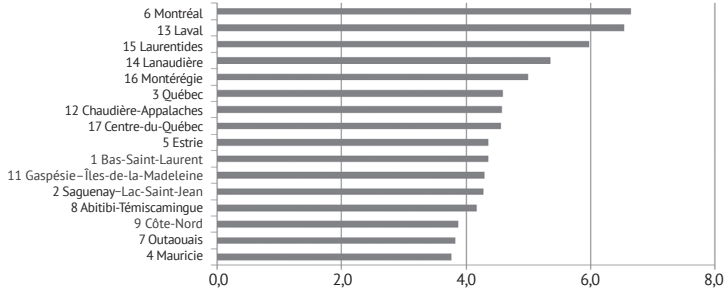

***b*) 2006-2010 pour emp = 0**




***c*) 2001-2005 pour emp > 0**



***d*) 2006-2010 pour emp > 0**




À la deuxième période, le classement en queue de peloton ne change pas beaucoup. Nous retrouvons encore la Mauricie (3,77), l'Outaouais (3,82) et la Côte-Nord (3,87), auxquelles on ajoute l'Abitibi-Témiscamingue (4,17), le Saguenay–Lac-Saint-Jean (4,28) et la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (4,29). Le classement relatif des régions les plus performantes est aussi stable : dans la première période, la région des Laurentides arrive première, avec un taux de 7,20, suivie de près par Montréal (7,16), et Laval (7,07). À la deuxième période, cependant, le taux de la région des Laurentides décroît fortement (–17 %) pour ainsi passer au troisième rang avec 5,98 ; Montréal, dont le taux n'a décru que de 7 %, prend alors la tête avec 6,65, suivi de Laval au deuxième rang (6,54).

Le phénomène urbain semble donc jouer sur la propension à entreprendre avec employés, les premières régions étant encore une fois rattachées à la grande région métropolitaine de Montréal. Mais la suite du classement ne reproduit pas de manière évidente la plus ou moins grande urbanisation des régions : on trouve en queue de peloton des régions avec un assez grand centre urbain comme l'Outaouais et Québec, dans la première période, alors que la région Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine ou celle de Saguenay–Lac-Saint-Jean occupent des rangs intermédiaires. Le facteur métropolitain ne constitue donc pas le seul déterminant de l'entrepreneuriat.

Par ailleurs, on peut aussi constater que, pour les travailleurs autonomes, les régions gardent toutes, à peu de choses près, le même classement d'une période à l'autre. On n'observe en effet que six régions qui changent de rang, dont deux seulement avec un écart de plus d'un rang (Québec, passant du 8e au 6e rang, et l'Estrie, du 6e au 8e). En outre, une mesure de corrélation entre les taux des deux périodes confirme ici aussi la grande stabilité (corrélation = 0,989) des taux relatifs des régions d'une période à l'autre. Au vu de ces constatations, on peut conclure que, en ce qui concerne les travailleurs autonomes, il n'y a pas de différence ou de tendance notables dans la performance des régions entre les deux périodes.

Quant aux entreprises (avec employés), les changements de rang pour leur création sont plus fréquents, surtout en milieu de classement : on observe au total 14 changements sur les 16 régions, dont quatre avec un écart de deux rangs, et cinq dont l'écart est de trois rangs ou plus, incluant la région de Québec qui passe du 14e au 6e rang. Cependant, ces changements de rang plus fréquents pourraient s'expliquer par une variabilité plus faible du taux d'immatriculation entre les régions. Dans ces conditions, un petit changement du taux d'une région est plus à même de produire un effet sur son rang. Le coefficient de corrélation entre les deux périodes est aussi moins fort que dans le cas des travailleurs autonomes, s'élevant à 0,915, ce qui reste une corrélation très élevée. Mais cette plus faible corrélation, en ce qui concerne le rang ou le taux, peut aussi s'expliquer par des évolutions plus divergentes entre les deux périodes que celles des travailleurs autonomes. Certaines régions ont ainsi vu les immatriculations d'entreprises rester stables (Chaudière-Appalaches) ou même augmenter de 5 % (Québec), alors que les variations à la baisse ont atteint – 22 % dans Lanaudière et le Centre-du-Québec. Il semblerait donc que les immatriculations d'entreprises soient plus sensibles à la conjoncture économique ; en rappelant que la deuxième période est caractérisée par une crise contrairement à la première période qui était plutôt expansionniste.

### 9.2.3. Les résultats par secteur industriel

Voyons maintenant ce qui s'est passé dans les régions par secteur industriel. Le tableau 9.2 présente ces résultats, pour l'ensemble du Québec, pour les deux périodes et pour l'ensemble de ces périodes, soit de 2001 à 2010. Les colonnes 2 à 5 font état du nombre total d'immatriculations recensées au registre pour chacune des deux périodes : de 2001 à 2005 (col. 2 et 4) et pour 2006 à 2010 (col. 3 et 5), tout en distinguant en même temps la taille de l'entreprise : celles des travailleurs autonomes (col. 2 et 3) et celles des entreprises (col. 4 et 5)[8].

Dans ce tableau, on peut voir que les secteurs « Autres services » et « Services aux entreprises » sont les deux principaux domaines d'activité des travailleurs autonomes au Québec quant au nombre d'immatriculations, avec respectivement 43 084 et 38 264 nouvelles immatriculations de 2001 à 2005, et à peu près la même chose pour la seconde période. On sait que la création d'entreprises et la tendance à l'externalisation de services entraînent des besoins particuliers comme l'informatique ou la formation du personnel, et ce, qu'elles proviennent ou non d'essaimage d'anciens employés souhaitant mieux contrôler leur emploi tout en obtenant une certaine indépendance (Filion, Luc et Fortin, 2003). Les deux dernières colonnes, 12 et 13, présentent la part des travailleurs autonomes dans le total des nouvelles immatriculations. Quant aux entreprises, les principaux secteurs d'activité sont un peu moins concentrés : les services aux entreprises arrivent toujours premiers (19 705 et 18 175 respectivement dans les deux périodes), suivis de près par trois autres secteurs : le commerce de détail (17 914 et 15 044), les autres services (17 183 et 15 758) et la construction (14 914 et 15 922). Les totaux indiqués au bas du tableau montrent que le secteur tertiaire (si nous ne tenons pas compte de la construction) est, et de loin, le principal domaine de création d'entreprises, que ce soit pour les travailleurs autonomes ou pour les entreprises, ce secteur étant dominant dans l'économie québécoise depuis le milieu du siècle dernier, et en forte croissance depuis les vingt dernières années, comme c'est aussi le cas partout dans les pays industrialisés.

8. Pour les lecteurs désireux de voir ces résultats pour chaque région, le rapport Julien *et al.* (2011) les présente aux annexes 4 et 5.

**Tableau 9.2**
Taux d'immatriculation par secteur industriel, par période et par taille d'entreprise, ensemble du Québec

| | col. 1 | col. 2 | col. 3 | col. 4 | col. 5 | col. 6 | col. 7 | col. 8 | col. 9 | col. 10 | col. 11 | col. 12 | col. 13 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Nombre d'entreprises immatriculées total pour les 5 ans | | | | Taux d'immatriculation en moyenne par 1 000 habitants de 25 à 64 ans | | | | | | Part[2] des travailleurs autonomes | |
| | | emploi = 0 | | emploi > 0 | | emploi = 0 | | | emploi > 0 | | | | |
| | Ensemble du Québec | 2001-2005 | 2006-2010 | 2001-2005 | 2006-2010 | 2001-2005 | 2006-2010 | évo.[1] | 2001-2005 | 2006-2010 | évo.[1] | 2001-2005 | 2006-2010 |
| A. | Agriculture | 3 592 | 3 719 | 2 746 | 2 497 | 0,170 | 0,169 | −1 % | 0,130 | 0,114 | −13 % | 57 % | 60 % |
| B. | Pêche | 71 | 56 | 107 | 77 | 0,003 | 0,003 | −24 % | 0,005 | 0,004 | −31 % | 40 % | 42 % |
| C. | Forêt | 1 380 | 962 | 1 040 | 614 | 0,065 | 0,044 | −33 % | 0,049 | 0,028 | −43 % | 57 % | 61 % |
| D. | Mines | 154 | 219 | 147 | 199 | 0,007 | 0,010 | 37 % | 0,007 | 0,009 | 30 % | 51 % | 52 % |
| E. | Manufacturier | 9 665 | 7 847 | 7 787 | 5 507 | 0,457 | 0,357 | −22 % | 0,369 | 0,250 | −32 % | 55 % | 59 % |
| F. | Construction | 16 575 | 21 378 | 14 914 | 15 922 | 0,785 | 0,972 | 24 % | 0,706 | 0,724 | 3 % | 53 % | 57 % |
| G. | Transport, entreposage | 8 374 | 7 778 | 7 015 | 5 920 | 0,396 | 0,354 | −11 % | 0,332 | 0,269 | −19 % | 54 % | 57 % |
| H. | Communications | 2 683 | 2 309 | 1 294 | 1 273 | 0,127 | 0,105 | −17 % | 0,061 | 0,058 | −6 % | 67 % | 64 % |
| I. | Commerce de gros | 11 555 | 10 710 | 8 337 | 7 310 | 0,547 | 0,487 | −11 % | 0,395 | 0,332 | −16 % | 58 % | 59 % |
| J. | Commerce de détail | 21 334 | 19 808 | 17 914 | 15 044 | 1,010 | 0,901 | −11 % | 0,848 | 0,684 | −19 % | 54 % | 57 % |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| K. Finances, assurances | 24088 | 28431 | 5371 | 4399 | 1,140 | 1,293 | 13% | 0,254 | 0,200 | −21% | 82% | 87% |
| L. Immobilier | 14895 | 19989 | 3232 | 3127 | 0,705 | 0,909 | 29% | 0,153 | 0,142 | −7% | 82% | 86% |
| M. Services aux entreprises | 38264 | 37559 | 19705 | 18175 | 1,811 | 1,708 | −6% | 0,933 | 0,826 | −11% | 66% | 67% |
| N. Services gouvernementaux | 717 | 1343 | 318 | 643 | 0,034 | 0,061 | 80% | 0,015 | 0,029 | 94% | 69% | 68% |
| O. Services en enseignement | 3157 | 2869 | 1357 | 1175 | 0,149 | 0,130 | −13% | 0,064 | 0,053 | −17% | 70% | 71% |
| P. Santé et services sociaux | 5179 | 7147 | 3935 | 6797 | 0,245 | 0,325 | 33% | 0,186 | 0,309 | 66% | 57% | 51% |
| Q. Hébergement/ restauration | 4938 | 4796 | 12517 | 12072 | 0,234 | 0,218 | −7% | 0,592 | 0,549 | −7% | 28% | 28% |
| R. Autres services | 43084 | 42966 | 17183 | 15758 | 2,039 | 1,953 | −4% | 0,813 | 0,716 | −12% | 71% | 73% |
| **Total** | **209705** | **219886** | **124919** | **116509** | **9,926** | **9,997** | **1%** | **5,913** | **5,297** | **−10%** | **63%** | **65%** |
| Primaire | 5197 | 4956 | 4040 | 3387 | 0,246 | 0,225 | −8% | 0,191 | 0,154 | −19% | 56% | 59% |
| Secondaire | 26240 | 29225 | 22701 | 21429 | 1,242 | 1,329 | 7% | 1,075 | 0,974 | −9% | 54% | 58% |
| Tertiaire | 178268 | 185705 | 98178 | 91693 | 8,438 | 8,443 | 0% | 4,647 | 4,169 | −10% | 64% | 67% |

1. Évolution de 2001-2005 à 2006-2010 (en % de 2001-2005) du taux d'immatriculation (donc à population constante).
2. Part des immatriculations de travailleurs autonomes (emploi = 0) sur les immatriculations totales de la période.

Dans ce tableau, les colonnes 8 et 11 donnent l'évolution des taux d'immatriculation d'une période à l'autre. On peut y voir que la distribution des taux de croissance est fortement asymétrique alors que peu de secteurs ont connu une croissance supérieure à la moyenne d'une période à l'autre. Ajoutons toutefois que cette moyenne est fortement influencée par les valeurs excessives de certains secteurs importants comme la construction, l'immobilier et les services de santé.

## 9.3. La pérennité et la croissance des entreprises

La première partie de cette analyse avait pour objectif de mesurer un des éléments fondamentaux de l'entrepreneuriat, soit la création d'entreprises. Mais un autre aspect de la dynamique entrepreneuriale a trait à l'évolution des entreprises dans le temps et donc, indirectement, à leur capacité à innover leur permettant de s'adapter aux changements technologique, commercial et concurrentiel dans l'économie. Cet élément relève en partie des premières analyses de Joseph Schumpeter (1911, 1924, 1942) qui expliquait que l'innovation est au cœur de cette dynamique entrepreneuriale. L'innovation ne se limite pas au développement ou à l'amélioration de nouveaux produits, mais touche aussi l'innovation dans les procédés, y compris le recours à des techniques matérielles (nouveaux équipements) et immatérielles (implantation d'un système de qualité totale ou adoption d'un processus de production en juste-à-temps) qui existent déjà. Elle affecte aussi les nouvelles façons d'atteindre et de développer le marché.

Cette innovation est un déterminant important de la survie et du développement des entreprises. Nous savons qu'en général, près de 50 % des nouvelles entreprises ne franchissent pas le cap des cinq premières années et 20 % d'entre elles disparaissent dans les cinq années suivantes.

C'est ce qu'explique l'OCDE, à partir d'études sur les PME à forte croissance ou gazelles réalisées au début des années 2000[9], en estimant que la croissance des entreprises est un indice de l'innovation.

En d'autres termes, la compétitivité des firmes qui croissent ne peut s'expliquer que par une augmentation de leurs capacités distinctives vis-à-vis de la concurrence (et donc par l'innovation) ; sauf peut-être pour une faible partie des PME qui sont protégées, du moins pour un temps, par un créneau ou par la distance géographique. Rappelons aussi que les firmes en croissance représentent la première source de création d'emplois en importance avant l'établissement de nouvelles entreprises dans la dernière décennie.

Cette deuxième série d'analyses sera divisée en deux parties, la première exposera la méthodologie employée avec ses limites, la seconde présentera les résultats.

### 9.3.1. La méthodologie

Nous avons utilisé les répertoires Scott's afin de constituer une base longitudinale réunissant les informations recensées pour toutes les entreprises qui y étaient inscrites durant les années concernées. Ce répertoire s'adresse principalement aux entreprises manufacturières et est disponible pour chaque province du Canada depuis des décennies. L'inscription y est volontaire, mais la grande majorité des entreprises manufacturières y adhèrent de manière à augmenter leur visibilité et à se faire connaître d'autres firmes à la recherche d'une entreprise possédant certaines caractéristiques précises. Ce répertoire, constamment mis à jour tout au cours de l'année, fournit toutes sortes d'informations pouvant faire connaître l'entreprise inscrite et favoriser le développement des affaires comme la localisation, le secteur

9. Voir aussi le numéro thématique sur les PME à forte croissance dans la *Revue internationale PME*, vol. 14, nos 3-4, 2001, ou encore le rapport sur les entreprises à forte croissance produit par le Centre sur la productivité et la prospérité des HEC en mai 2014 (Filion *et al.*, 2014).

industriel (avec les codes précis), la description des produits fabriqués, la taille, l'année de création, les noms des gestionnaires, les marchés nationaux ou étrangers (exporte ou n'exporte pas), etc. Malheureusement, on peut toutefois observer que les toutes nouvelles entreprises tardent à s'y inscrire (probablement par manque de connaissance ou d'intérêt), de sorte que ce répertoire ne peut être utilisé pour les étudier.

Toutefois, on peut penser que le secteur manufacturier permet de mesurer une partie importante du dynamisme entrepreneurial puisqu'il stimule fortement l'activité d'autres secteurs comme les services aux entreprises et une partie des secteurs financiers, de transport et de communication. En même temps, le secteur manufacturier est beaucoup moins associé à des secteurs liés presque exclusivement à l'évolution de la population, en particulier, aux secteurs banals.

Nous avons utilisé les répertoires Scott's de 2002, 2006 et 2010. L'objectif est de suivre les entreprises créées avant 2002 ou créées entre 2002 et 2006 et toujours présentes en 2010. Une des difficultés de ce type d'analyse longitudinale, réalisée à partir de différents fichiers de données, est de reconstruire les données historiques de chaque entreprise. Sur une telle période, une entreprise peut changer de nom, ce qui oblige, dès lors, à retracer ses différentes appellations pour éviter l'échec d'un éventuel appariement de données que l'analyse voudrait faire. La combinaison des informations des différents fichiers informatiques s'est faite sur la base du numéro de téléphone que chaque entreprise tente, en général, de conserver, et ce, même si elle déménage, afin de maintenir ses liens avec la clientèle[10].

10. Évidemment, cet appariement par numéro de téléphone ne permet pas de tenir compte des fusions ou achats par une autre entreprise. Mais on peut supposer que ces dernières sont peu fréquentes et sont réalisées en partie par de plus grandes entreprises qui représentent un très faible pourcentage des entreprises (moins de 4 % pour les firmes de plus de 250 employés ou moins de 1 % pour celles ayant plus de 500 employés).

Nous produisons ici des analyses de l'évolution de l'emploi de ces entreprises appariées selon trois périodes, soit de 2002 à 2006, de 2006 à 2010, et enfin pour l'ensemble de ces deux dernières périodes (2002 à 2010), comme nous l'avons fait pour le REQ. Rappelons que les établissements pérennes inclus dans cette période de huit ans ne sont pas les mêmes que ceux de la première période puisque certains des établissements en activité en 2002, qui existaient encore en 2006, ont disparu avant 2010.

En 2002, le répertoire comptait 14 495 établissements, 13 262 en 2006, et 11 583 en 2010. De 2002 à 2006, 10 693 établissements ont pu être appariés (soit les firmes qui existaient durant toute la période), ce qui représente 74 % des établissements inscrits en 2002. Il y a donc 26 % des établissements qui n'ont pu être appariés, leur numéro de téléphone n'ayant pas été retrouvé dans le répertoire de 2006. Par hypothèse, on peut penser que cela s'explique en très grande partie par leur fermeture ou leur fusion avec une autre entreprise.

Ce répertoire nous permet de suivre l'évolution des entreprises à partir du nombre d'employés. Nous ne disposons malheureusement pas d'information sur le chiffre d'affaires des entreprises, ce qui aurait été plus approprié que l'emploi[11]. La croissance des établissements pendant chacune des périodes est mesurée par un simple rapport entre le nombre d'emplois déclarés à la fin de la période, sur le nombre d'emplois au début de la période[12] :

11. À l'encontre d'autres pays comme la France, avec son *Bilan des entreprises*, qui disposent de telles statistiques.

12. Cette analyse nécessite que cette croissance, mesurée par l'emploi, soit comparable entre les établissements. Or l'indice de Birch, dont l'usage à cet effet est répandu et que nous avons analysé lors de nos travaux à l'OCDE sur les gazelles (Julien, Mustar et Estimé, 2001), ne nous a pas convaincus de sa neutralité selon les tailles ; nos analyses ont plutôt démontré que cet indice, s'il est utile pour détecter les établissements à très forte croissance, l'est beaucoup moins pour établir une mesure comparable entre la croissance des petits et des grands établissements, et favorise indûment ces derniers. C'est pourquoi nous avons décidé d'utiliser une mesure simple de la croissance, soit le rapport de l'emploi à $t + 1$ sur l'emploi à $t$.

– Croissance 2002 à 2006 : ratio = emplois en 2006 / emplois en 2002.
– Croissance 2006 à 2010 : ratio = emplois en 2010 / emplois en 2006.
– Croissance 2002 à 2010 : ratio = emplois en 2010 / emplois en 2002.

Les ratios obtenus sont donc des nombres rationnels strictement positifs (> 0) et mesurent la croissance totale sur la période (4 ou 8 ans). Afin de rendre compte du dynamisme des établissements de la région, nous avons comptabilisé, dans chacune, le nombre d'établissements de plus de 10 employés qui atteignent ou dépassent un certain niveau de croissance. Les indicateurs X1 à X6 dans les tableaux suivants sont ainsi définis : X1 représentant l'ensemble des entreprises en croissance, X2, donnant une croissance de 10 % et plus durant la période, X3, de 20 % et plus, jusqu'à X6 de 50 % et plus.

On ne veut pas caractériser la distribution exacte des différentes évolutions de l'emploi dans les établissements. Nous choisissons plutôt de faire ressortir les entreprises qui atteignent ou dépassent un certain niveau de croissance pour voir si celles-ci sont plus présentes dans certaines régions.

Finalement, pour éviter des difficultés d'interprétation, nous avons décidé d'exclure du calcul l'ensemble des établissements qui avaient, l'année de départ, 10 employés et moins. En effet, la mesure de la croissance avec de petits nombres produit de hauts taux de croissance, alors qu'en valeur absolue, il s'agit de petites augmentations (par exemple, lorsque l'emploi passe de 5 à 7, nous obtenons une croissance de 40 %, ce qui n'a pas le même poids économique qu'une entreprise qui passe de 100 à 140 employés). Le nombre d'établissements appariés et suivis qui font l'objet de nos analyses, passe de 2002 à 2006 de 10 693 (toute taille) à 6 621 (11 emplois et plus en 2002), et de 2006 à 2010 de 9 151 (toute taille) à 6 434 (11 emplois et plus en 2006)[13].

13. Le chiffre de 11 employés et plus s'explique par la forte présence d'entreprises dans les répertoires Scott's avec exactement 10 employés, ce qui nous a amenés à penser qu'un bon nombre d'entreprises avaient tendance à arrondir le nombre d'employés à la dizaine près. Cependant, par souci de comparabilité avec d'autres études internationales,

## 9.3.2. Les résultats

Le tableau 9.3 présente, pour la période 2002 à 2006, la part des établissements (de 11 employés et plus) en croissance pour chacune des 16 régions, selon le niveau de croissance atteint et en proportion du nombre total d'établissements à l'année de départ (incluant donc les entreprises qui sont disparues durant la période). Comme on peut facilement le penser, la région la plus importante est de loin celle de Montréal, comptant près du tiers des entreprises (2 151), suivie de la Montérégie (1 104). Au total, durant cette période, 20,9 % des établissements ont connu une croissance de leurs effectifs (col. 3). La colonne suivante fait le décompte des établissements ayant connu une croissance d'au moins 10 % : 19,4 % des établissements ont atteint ou dépassé ce niveau. Les colonnes suivantes poursuivent le décompte : 17,0 % ont connu une croissance de 20 % et plus (X3), 13,5 % une croissance de 30 % et plus (X4), 10,8 % une croissance de 40 % et plus (X5) et 9,1 % une croissance de 50 % et plus (X6).

Les colonnes 9 à 14 reprennent le taux de croissance de chaque région duquel on a retiré la moyenne de l'ensemble des régions (ligne « Total ») pour chaque rythme de croissance. On peut donc observer les régions qui se distinguent significativement des autres à partir d'un test statistique (bilatéral)[14].

nous avons aussi présenté dans le rapport Julien *et al.* (2011) les résultats incluant les établissements de 10 employés et plus.

14. Les tests formels comparent le taux apparaissant dans une région, par exemple 14,6 % à Montréal pour X1, et le taux pour le reste du Québec (excluant la région testée), soit 23,9 % hors Montréal (et non 14,6 % comparé à 20,9 %, le taux d'ensemble du tableau). Le vrai écart de Montréal avec le reste du Québec serait donc de – 9,3 % (14,6 % – 23,9 %). Les écarts que nous avons présentés sont donc approximatifs pour les régions importantes en nombre (surtout pour Montréal et la Montérégie) et qui ont un certain poids dans la moyenne d'ensemble. Pour les autres régions, les écarts présentés sont très près des vrais écarts de ces régions avec l'ensemble des autres.

**Tableau 9.3**
Proportion d'établissements (11 employés et +) en croissance selon le niveau, entre 2002 et 2006, par région, selon la population totale d'établissements en 2002

| | col. 1<br>02 à 06 | col. 2<br>*n* total en 2002 | col. 3<br>> 0 %<br>taux X1 | col. 4<br>> = 10 %<br>taux X2 | col. 5<br>> = 20 %<br>taux X3 | col. 6<br>> = 30 %<br>taux X4 | col. 7<br>> = 40 %<br>taux X5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Bas-Saint-Laurent | 173 | 26,6 % | 26,0 % | 23,7 % | 19,1 % | 16,8 % |
| 2 | Saguenay–Lac-Saint-Jean | 217 | 18,0 % | 17,1 % | 15,7 % | 11,5 % | 9,2 % |
| 3 | Québec | 415 | 20,2 % | 19,5 % | 15,4 % | 12,8 % | 11,3 % |
| 4 | Mauricie | 227 | 21,1 % | 19,8 % | 18,1 % | 14,5 % | 11,5 % |
| 5 | Estrie | 356 | 23,9 % | 20,8 % | 17,4 % | 13,5 % | 11,0 % |
| 6 | Montréal | 2 151 | 14,6 % | 13,4 % | 11,3 % | 8,7 % | 7,1 % |
| 7 | Outaouais | 74 | 17,6 % | 16,2 % | 14,9 % | 10,8 % | 9,5 % |
| 8 | Abitibi-Témiscamingue | 75 | 24,0 % | 21,3 % | 21,3 % | 16,0 % | 13,3 % |
| 9 | Côte-Nord | 44 | 13,6 % | 13,6 % | 11,4 % | 9,1 % | 9,1 % |
| 11 | Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine | 46 | 8,7 % | 8,7 % | 6,5 % | 2,2 % | 2,2 % |
| 12 | Chaudière-Appalaches | 527 | 28,3 % | 26,4 % | 22,4 % | 18,4 % | 13,7 % |
| 13 | Laval | 263 | 22,8 % | 22,1 % | 20,9 % | 17,9 % | 12,9 % |
| 14 | Lanaudière | 248 | 22,6 % | 21,8 % | 20,6 % | 15,3 % | 12,1 % |
| 15 | Laurentides | 282 | 20,9 % | 19,9 % | 18,8 % | 15,6 % | 12,8 % |
| 16 | Montérégie | 1 104 | 25,4 % | 23,6 % | 21,2 % | 17,1 % | 13,2 % |
| 17 | Centre-du-Québec | 419 | 28,9 % | 26,0 % | 22,7 % | 18,6 % | 14,6 % |
| **Total** | | **6 621** | **20,9 %** | **19,4 %** | **17,0 %** | **13,5 %** | **10,8 %** |
| Mesure de variation interrégionale : | | | | | | | |
| Écart-type (agrégé) | | | 4,2 % | 3,7 % | 3,9 % | 3,5 % | 2,4 % |
| *16 régions*: F-anova et *p* = | | | 7,7*** | 6,9*** | 7,0*** | 6,3*** | 4,2*** |
| *15 régions sans Montréal*: F-anova et *p* = | | | 2,4** | 1,9* | 1,8* | 1,8* | 1,1* |
| *14 régions sans Montéal ni Montérégie*: F-anova et *p* = | | | 2,5** | 2,0* | 1,8* | 1,9* | 1,1 |
| *45 MRC (*n *>25) sans Montréal*: F-anova et *p* = | | | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 0,8 | 0,8 |

Légende : * = $p < 0{,}05$ ; ** = $p < 0{,}01$ ; *** = $p < 0{,}001$.

| col. 8 | col. 9 | col. 10 | col. 11 | col. 12 | col. 13 | col. 14 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| > = 50 % taux X6 | > 0 % écart X1 | > = 10 % écart X2 | > = 20 % écart X3 | > = 30 % écart X4 | > = 40 % écart X5 | > = 50 % écart X6 |
| 15,6% | 5,7% | 6,6%* | 6,7%* | 5,5%* | 6,0%* | 6,5%** |
| 6,9% | −2,9% | −2,4% | −1,3% | −2,0% | −1,6% | −2,2% |
| 9,6% | −0,6% | 0,1% | −1,6% | −0,8% | 0,5% | 0,5% |
| 11,0% | 0,3% | 0,4% | 1,1% | 1,0% | 0,7% | 1,9% |
| 9,6% | 3,0% | 1,4% | 0,4% | −0,1% | 0,2% | 0,4% |
| 6,1% | −6,3%*** | −6,0%*** | −5,7%*** | −4,9%*** | −3,7%*** | −3,0%*** |
| 8,1% | −3,3% | −3,2% | −2,1% | −2,7% | −1,3% | −1,0% |
| 12,0% | 3,1% | 1,9% | 4,3% | 2,5% | 2,5% | 2,9% |
| 9,1% | −7,2% | −5,8% | −5,6% | −4,5% | −1,7% | 0,0% |
| 2,2% | −12,2%* | −10,7% | −10,5% | −11,4%* | −8,6% | −7,0% |
| 11,6% | 7,4%*** | 7,0%*** | 5,4%** | 4,9%** | 2,9%* | 2,4%* |
| 11,0% | 2,0% | 2,6% | 3,9% | 4,3%* | 2,1% | 1,9% |
| 10,5% | 1,7% | 2,4% | 3,6% | 1,8% | 1,3% | 1,3% |
| 9,9% | 0,1% | 0,5% | 1,8% | 2,1% | 2,0% | 0,8% |
| 10,8% | 4,5%*** | 4,1%*** | 4,2%*** | 3,6%*** | 2,4%** | 1,6%* |
| 11,9% | 8,0%*** | 6,6%*** | 5,7%** | 5,1%** | 3,8%* | 2,8%* |
| **9,1%** | | | | | | |
| 2,1% | | | | | | |
| 3,5*** | | | | | | |
| 1,0* | | | | | | |
| 1,1 | | | | | | |
| 0,8 | | | | | | |

On note la moindre performance systématique de la région de Montréal, peu importe l'indicateur de croissance. C'est d'ailleurs pratiquement la seule région qui subit une telle situation. Par contre, quatre autres régions apparaissent plus performantes. D'abord, le Bas-Saint-Laurent, avec un écart d'environ 6 % et une performance particulièrement remarquable pour l'indicateur X6 s'élevant à 15,6 % contre 9,1 % pour l'ensemble du Québec ; puis les régions de Chaudière-Appalaches, de la Montérégie et du Centre-du-Québec, où les écarts par rapport à l'ensemble du Québec sont très significatifs ($p < 0{,}1\,\%$). On note aussi que ces régions comprennent plus de gazelles[15] que les autres, comme le montrent les valeurs pour X3 à X6, dénotant un dynamisme remarquable.

Les variations interrégionales sont présentées au bas du tableau. Une première mesure de variation est donnée par l'écart-type calculé à partir de la différence qui existe entre chaque taux régional et le taux d'ensemble dans le cas où chaque région a le même poids dans le calcul de la moyenne (valeur de 4,2 % pour X1). La deuxième mesure, donnée par la statistique F-anova, tient compte, elle, de l'importance relative de chaque région (importance déterminée par le nombre d'observations, colonne 2). On voit que l'inclusion de Montréal dans les comparaisons augmente considérablement la statistique F (étant donné la part importante de son nombre d'observations), alors que son exclusion des calculs diminue de façon importante la statistique, signifiant en cela que les différences dans le tableau sont en majeure partie le fait de différences entre Montréal et plusieurs autres régions.

Les écarts de chaque région avec la moyenne sont présentés dans la partie droite du tableau 9.3. L'écart-type demeure relativement élevé pour les quatre premiers indicateurs de la série, puis diminue à moins de 2,5 % à partir de X5. Les quatre premiers indicateurs (X1 à X4) seraient donc les plus discriminants. Mais l'indicateur de discrimination le plus satisfaisant dans un objectif de comparaison régionale est celui de la proportion

15. Puisque, selon la définition de l'OCDE, les gazelles ont des taux de croissance de 20 % par année.

d'établissements en croissance (X1), si l'on en juge par le test de variance (F-anova de 2,4) pour les 15 régions, le seul significatif à moins de 1 % de risque d'erreur.

Le tableau 9.4 présente la même série de données pour la période suivante, de 2006 à 2010. Cette fois encore, les différences les plus élevées pour les 16 régions sont relevées pour l'indicateur X1, avec l'écart-type le plus élevé (3,7 %). Sur la base de cet indicateur, on remarque la moindre performance de la région de Montréal (–4,7 %) et celle de Laval (–6,7 %), alors que les régions de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (+11,2 %), des Laurentides (+4,4 %) et de Chaudière-Appalaches (+6,0 %) se montrent les plus performantes en termes de croissance. Les différences apparaissent comme étant significatives sur presque tous les indicateurs dans le cas de Montréal, Chaudière-Appalaches, Montérégie et Laval, tandis que l'Abitibi-Témiscamingue, le Saguenay–Lac-Saint-Jean et la Gaspésie se distinguent plutôt par leur plus grande proportion d'établissements en forte croissance (X5 et X6).

Pour l'ensemble de la période, les résultats apparaissent au tableau 9.5. Cette fois, comme la période est deux fois plus longue (8 ans) que les deux précédentes, les 6 différents niveaux de croissance ont eux aussi été augmentés pour rendre leur fréquence comparable aux deux sous-périodes, de manière à ce que le niveau le plus élevé (X6) rassemble entre 7 et 9 % des cas seulement, comme dans les deux sous-périodes. Sur les 6 621 établissements inscrits au début de la période, 22,7 % étaient en croissance (X1). Le pouvoir discriminant des indicateurs est toutefois plutôt faible pour le découpage territorial excluant Montréal, avec une statistique F qui ne dépasse pas 2,2, et l'écart-type est le plus élevé pour les indicateurs X1 et X2. Néanmoins, six régions se démarquent. La région de Montréal est sous-performante de façon constante, et elle est la seule à cet égard. Inversement, deux régions affichent clairement une meilleure performance : Chaudière-Appalaches et Laurentides, avec une proportion d'établissements en croissance nettement au-dessus de la moyenne nationale (+9,2 % et +8,5 % respectivement pour X1). Dans une moindre mesure, on signale aussi la bonne performance de la Montérégie (+4,0 %), du Centre-du-Québec (+5,9 %) et du Bas-Saint-Laurent (+6,2 %) avec toutefois des écarts soit moins significatifs, soit moins constants.

**Tableau 9.4**
Proportion d'établissements (11 employés et +) en croissance selon le niveau, entre 2006 et 2010, par région, selon la population totale d'établissements en 2006

| | col. 1<br>06 à 10 | col. 2<br>*n* total en 2006 | col. 3<br>> 0 %<br>taux X1 | col. 4<br>> = 10 %<br>taux X2 | col. 5<br>> = 20 %<br>taux X3 | col. 6<br>> = 30 %<br>taux X4 | col. 7<br>> = 40 %<br>taux X5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Bas-Saint-Laurent | 172 | 21,5 % | 20,3 % | 18,0 % | 13,4 % | 11,6 % |
| 2 | Saguenay–Lac-Saint-Jean | 209 | 22,0 % | 21,1 % | 19,1 % | 14,8 % | 13,4 % |
| 3 | Québec | 423 | 22,2 % | 20,1 % | 17,7 % | 13,2 % | 9,7 % |
| 4 | Mauricie | 223 | 20,2 % | 18,4 % | 14,3 % | 11,7 % | 9,9 % |
| 5 | Estrie | 332 | 20,8 % | 19,3 % | 16,0 % | 11,1 % | 8,7 % |
| 6 | Montréal | 1895 | 14,1 % | 13,5 % | 12,0 % | 10,1 % | 8,1 % |
| 7 | Outaouais | 69 | 13,0 % | 10,1 % | 8,7 % | 7,2 % | 4,3 % |
| 8 | Abitibi-Témiscamingue | 77 | 27,3 % | 23,4 % | 22,1 % | 19,5 % | 18,2 % |
| 9 | Côte-Nord | 41 | 17,1 % | 14,6 % | 9,8 % | 4,9 % | 4,9 % |
| 11 | Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine | 50 | 30,0 % | 28,0 % | 24,0 % | 18,0 % | 18,0 % |
| 12 | Chaudière-Appalaches | 532 | 24,8 % | 22,7 % | 18,6 % | 14,5 % | 10,5 % |
| 13 | Laval | 264 | 12,1 % | 11,7 % | 9,5 % | 7,6 % | 4,9 % |
| 14 | Lanaudière | 264 | 18,2 % | 17,0 % | 14,0 % | 8,7 % | 7,2 % |
| 15 | Laurentides | 306 | 23,2 % | 21,6 % | 18,3 % | 14,1 % | 11,4 % |
| 16 | Montérégie | 1177 | 19,6 % | 18,8 % | 15,7 % | 11,6 % | 9,1 % |
| 17 | Centre-du-Québec | 400 | 22,0 % | 20,5 % | 16,8 % | 14,8 % | 12,3 % |
| **Total** | | **6434** | **18,8 %** | **17,6 %** | **15,0 %** | **11,7 %** | **9,3 %** |
| Mesure de variation interrégionale : | | | | | | | |
| Écart-type (agrégé) | | | 3,7 % | 3,4 % | 3,4 % | 3,1 % | 3,1 % |
| *16 régions*: F-anova et *p* = | | | 4,8*** | 3,9*** | 3,1*** | 2,2** | 2,5** |
| *15 régions sans Montréal*: F-anova et *p* = | | | 2,1* | 1,7* | 1,8* | 1,8* | 2,2** |
| *14 régions sans Montéal ni Montérégie*: F-anova et *p* = | | | 2,1* | 1,8* | 1,8* | 1,9* | 2,3** |
| *45 MRC (n >25) sans Montréal*: F-anova et *p* = | | | 1,5* | 1,4* | 1,3 | 1,2 | 1,3 |

Légende : * = $p < 0{,}05$ ; ** = $p < 0{,}01$ ; *** = $p < 0{,}001$.

| col. 8 | col. 9 | col. 10 | col. 11 | col. 12 | col. 13 | col. 14 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| > = 50 % taux X6 | > 0 % écart X1 | > = 10 % écart X2 | > = 20 % écart X3 | > = 30 % écart X4 | > = 40 % écart X5 | > = 50 % écart X6 |
| 8,7 % | 2,7 % | 2,7 % | 3,0 % | 1,7 % | 2,3 % | 1,0 % |
| 11,0 % | 3,2 % | 3,4 % | 4,1 % | 3,1 % | 4,1 %* | 3,3 % |
| 8,7 % | 3,4 % | 2,5 % | 2,7 % | 1,5 % | 0,4 % | 1,0 % |
| 7,6 % | 1,3 % | 0,7 % | −0,7 % | −0,1 % | 0,5 % | −0,1 % |
| 7,8 % | 1,9 % | 1,6 % | 0,9 % | – | −0,6 % | 0,1 % |
| 6,9 % | −4,7 %*** | −4,2 %*** | −3,0 %*** | −1,6 %* | −1,3 %* | −0,9 % |
| 2,9 % | −5,8 % | −7,5 % | −6,3 % | −4,5 % | −5,0 % | −4,8 % |
| 15,6 % | 8,4 % | 5,7 % | 7,1 % | 7,8 %* | 8,9 %** | 7,9 %** |
| 4,9 % | −1,8 % | −3,0 % | −5,3 % | −6,8 % | −4,4 % | −2,8 % |
| 14,0 % | 11,2 %* | 10,4 % | 9,0 % | 6,3 % | 8,7 %* | 6,3 % |
| 8,6 % | 6,0 %*** | 5,1 %** | 3,6 %* | 2,8 %* | 1,2 % | 0,9 % |
| 3,8 % | −6,7 %** | −5,9 %* | −5,5 %* | −4,1 %* | −4,4 %* | −3,9 %* |
| 5,3 % | −0,7 % | −0,6 % | −1,0 % | −3,0 % | −2,1 % | −2,4 % |
| 8,2 % | 4,4 %* | 3,9 % | 3,3 % | 2,3 % | 2,1 % | 0,4 % |
| 7,8 % | 0,8 % | 1,1 % | 0,7 % | −0,2 % | −0,2 % | 0,1 % |
| 9,8 % | 3,2 % | 2,9 % | 1,7 % | 3,0 %* | 2,9 %* | 2,0 % |
| **7,7 %** | | | | | | |
| 2,4 % | | | | | | |
| 1,9* | | | | | | |
| 1,8* | | | | | | |
| 1,9* | | | | | | |
| 1,3 | | | | | | |

**Tableau 9.5**
Proportion d'établissements (11 employés et +) en croissance selon le niveau, ensemble de la période (2002-2010), par région, selon la population totale d'établissements en 2002

| | col. 1 | col. 2 | col. 3 | col. 4 | col. 5 | col. 6 | col. 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 02 à 10 | *n* total en 2002 | > 0 % taux X1 | > = 10 % taux X2 | > = 20 % taux X3 | > = 30 % taux X4 | > = 40 % taux X5 |
| 1 | Bas-Saint-Laurent | 173 | 28,9 % | 28,3 % | 24,3 % | 19,1 % | 15,0 % |
| 2 | Saguenay–Lac-Saint-Jean | 217 | 24,4 % | 21,7 % | 16,6 % | 13,8 % | 9,7 % |
| 3 | Québec | 415 | 23,1 % | 20,5 % | 16,4 % | 13,3 % | 11,3 % |
| 4 | Mauricie | 227 | 22,9 % | 20,3 % | 15,4 % | 13,2 % | 12,3 % |
| 5 | Estrie | 356 | 23,3 % | 19,9 % | 16,3 % | 12,9 % | 10,4 % |
| 6 | Montréal | 2 151 | 15,2 % | 13,5 % | 10,8 % | 8,2 % | 6,6 % |
| 7 | Outaouais | 74 | 18,9 % | 17,6 % | 14,9 % | 10,8 % | 9,5 % |
| 8 | Abitibi-Témiscamingue | 75 | 28,0 % | 22,7 % | 14,7 % | 12,0 % | 10,7 % |
| 9 | Côte-Nord | 44 | 20,5 % | 13,6 % | 11,4 % | 11,4 % | 6,8 % |
| 11 | Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine | 46 | 28,3 % | 23,9 % | 10,9 % | 10,9 % | 10,9 % |
| 12 | Chaudière-Appalaches | 527 | 31,9 % | 28,5 % | 22,8 % | 16,5 % | 13,5 % |
| 13 | Laval | 263 | 21,3 % | 19,0 % | 15,2 % | 8,4 % | 6,8 % |
| 14 | Lanaudière | 248 | 23,8 % | 21,0 % | 14,9 % | 10,9 % | 8,1 % |
| 15 | Laurentides | 282 | 31,2 % | 29,1 % | 23,0 % | 17,4 % | 15,2 % |
| 16 | Montérégie | 1 104 | 26,7 % | 22,9 % | 18,8 % | 13,9 % | 11,5 % |
| 17 | Centre-du-Québec | 419 | 28,6 % | 24,1 % | 19,1 % | 16,0 % | 12,4 % |
| **Total** | | **6 621** | **22,7 %** | **20,0 %** | **15,9 %** | **12,1 %** | **9,9 %** |
| Mesure de variation interrégionale : | | | | | | | |
| Écart-type (agrégé) | | | 3,7 % | 3,5 % | 3,1 % | 2,4 % | 2,1 % |
| *16 régions*: F-anova et *p* = | | | 9,0*** | 7,8*** | 6,2*** | 4,8*** | 4,1*** |
| *15 régions sans Montréal*: F-anova et *p* = | | | 1,9* | 2,1* | 2,0* | 1,5 | 1,4 |
| *14 régions sans Montéal ni Montérégie*: F-anova et *p* = | | | 2,1* | 2,2** | 2,1* | 1,7 | 1,5 |
| *45 MRC (n >25) sans Montréal*: F-anova et *p* = | | | 1,3 | 1,3 | 1,0 | 1,2 | 1,1 |

Légende : * = $p < 0{,}05$ ; ** = $p < 0{,}01$ ; *** = $p < 0{,}001$.

| col. 8 | col. 9 | col. 10 | col. 11 | col. 12 | col. 13 | col. 14 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| > = 50 % taux X6 | > 0 % écart X1 | > = 10 % écart X2 | > = 20 % écart X3 | > = 30 % écart X4 | > = 40 % écart X5 | > = 50 % écart X6 |
| 12,1 % | 6,2 %* | 8,3 %** | 8,4 %** | 7,0 %** | 5,2 %* | 4,5 %* |
| 8,3 % | 1,7 % | 1,7 % | 0,7 % | 1,7 % | −0,2 % | 0,7 % |
| 8,7 % | 0,4 % | 0,5 % | 0,5 % | 1,1 % | 1,4 % | 1,0 % |
| 9,7 % | 0,2 % | 0,3 % | −0,5 % | 1,1 % | 2,5 % | 2,1 % |
| 7,6 % | 0,6 % | −0,1 % | 0,4 % | 0,8 % | 0,5 % | 0,0 % |
| 5,2 % | −7,5 %*** | −6,5 %*** | −5,1 %*** | −3,9 %*** | −3,3 %*** | −2,5 %*** |
| 6,8 % | −3,8 % | −2,4 % | −1,0 % | −1,3 % | −0,4 % | −0,9 % |
| 8,0 % | 5,3 % | 2,7 % | −1,2 % | −0,1 % | 0,8 % | 0,4 % |
| 6,8 % | −2,2 % | 6,4 % | −4,5 % | −0,7 % | −3,1 % | −0,8 % |
| 8,7 % | 5,6 % | 3,9 % | −5,0 % | −1,2 % | 1,0 % | 1,1 % |
| 9,5 % | 9,2 %*** | 8,5 %*** | 6,9 %*** | 4,4 %** | 3,6 %** | 1,9 % |
| 5,7 % | −1,4 % | −1,0 % | −0,7 % | −3,7 % | −3,0 % | −1,9 % |
| 6,9 % | 1,1 % | 1,0 % | −1,0 % | −1,2 % | −1,8 % | −0,8 % |
| 11,0 % | 8,5 %*** | 9,1 %*** | 7,2 %** | 5,3 %** | 5,4 %** | 3,4 %* |
| 9,1 % | 4,0 %*** | 2,9 %** | 2,8 %** | 1,7 %* | 1,6 %* | 1,5 %* |
| 9,1 % | 5,9 %** | 4,1 %* | 3,2 % | 3,9 %* | 2,5 % | 1,4 % |
| **7,6 %** | | | | | | |
| 1,4 % | | | | | | |
| 2,6** | | | | | | |
| 0,8 | | | | | | |
| 0,8 | | | | | | |
| 0,8 | | | | | | |

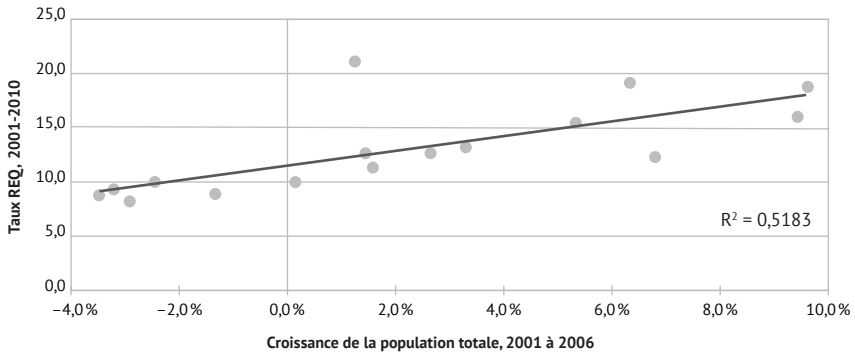
Les résultats présentés montrent que les rythmes de croissance de l'activité entrepreneuriale varient significativement d'une région à l'autre, alors que les constats sur le dynamisme des régions semblent plutôt stables dans le temps. Ces résultats suggèrent des cultures entrepreneuriales et des infrastructures assez bien implantées dans les régions qui affichent les mêmes tendances dans le temps, que l'économie soit vigoureuse (première période) ou au ralenti (deuxième période). Voyons maintenant quelques explications possibles à ces résultats.

## 9.4. Quelques corrélations

Pour chacune des régions étudiées, nous voulons maintenant mieux connaître les différentes variables économiques qui peuvent expliquer la création moyenne annuelle d'entreprises ou la croissance des entreprises. Pour cela, nous avons produit quelques coefficients de corrélation entre chacune des variables.

La première relation, vue à la figure 9.2, présente l'effet de la croissance de la population totale entre 2001 et 2006 sur la création des entreprises de 2001 à 2010 selon les régions.

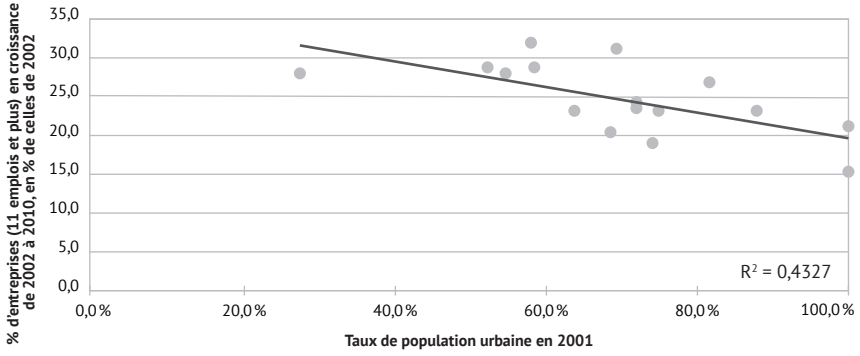
**Figure 9.2**
Relations entre la croissance de la population totale entre 2001 et 2006 par région et le taux de création moyen annuel d'entreprises (REQ), tous secteurs confondus entre 2001 et 2010



Cette relation est relativement forte avec un coefficient de corrélation de 72 %, ce qui signifie qu'il se crée proportionnellement plus d'entreprises dans les régions à plus forte croissance de population, cette croissance étant un vecteur d'entrepreneuriat bénéficiant de la croissance de la demande.

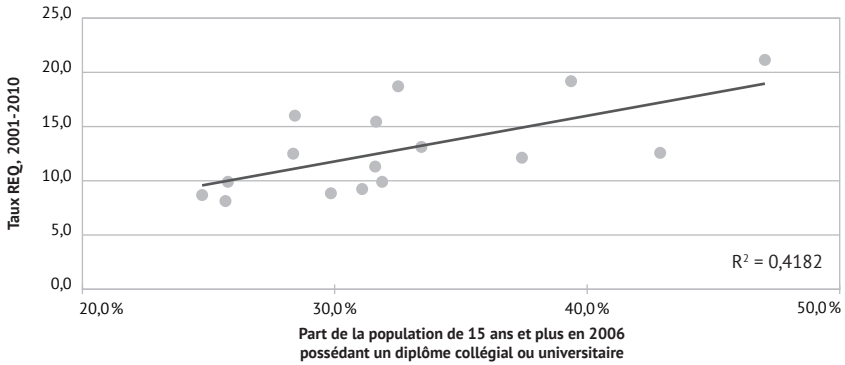
La deuxième relation touche le niveau d'urbanisation, mais cette fois en lien avec la croissance des entreprises tirée des données du répertoire Scott's, soit les entreprises qui croissent, peu importe leur rythme (figure 9.3). Or de façon surprenante, comme nous l'avons vu au tableau 9.3 et, en partie, au tableau 9.4, si on exclut les Laurentides et Chaudière-Appalaches, les régions moins urbanisées comme l'Abitibi-Témiscamingue et la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine ont une part de PME en croissance beaucoup plus élevée que Montréal. Cette corrélation, négative, atteint un niveau de 66 %. Et ce comportement économique des régions éloignées vaut aussi pour les entreprises en plus forte croissance, comme nous l'avons vu aussi à la section 9.3.2.

**Figure 9.3**
Relation entre le taux d'urbanisation en 2001
et la part des entreprises manufacturières en croissance
en proportion de toutes les entreprises



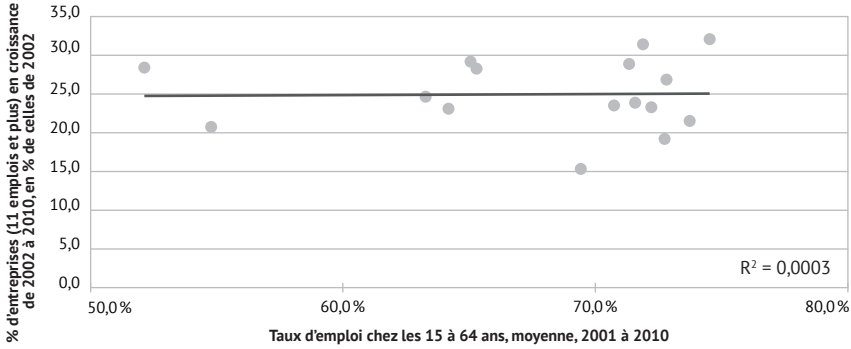
À la figure 9.4 on peut voir aussi une corrélation positive de 65 % entre la part de la population de 15 ans et plus possédant en 2006 un diplôme collégial ou universitaire et la création d'entreprises. Ainsi, plus la population est instruite, plus elle tend à créer des entreprises. De plus, la relation entre les deux variables est statistiquement significative.

**Figure 9.4**
Part de la population en 2006 possédant un diplôme collégial ou universitaire et création moyenne annuelle d'entreprises (REQ) entre 2001 et 2010




Enfin, comme autre exemple, nous retrouvons à la figure 9.5 encore ici la part des entreprises manufacturières en croissance entre 2002 et 2010 (Scott's) et le taux d'emploi moyen de 2001 à 2010 de la population de 15 à 64 ans. Cette figure présente les résultats, tout en démontrant une relation non significative avec un coefficient de corrélation presque nul de 2 %. Autrement dit, le niveau d'emploi ne permet aucunement de prédire le taux de PME en croissance dans une MRC.

**Figure 9.5**
Part du taux d'emploi chez les 15-64 ans et croissance des entreprises sur la période 2002 à 2010




Nous avons procédé à plusieurs autres tests pour tenter d'établir des relations simples qui nous semblaient plausibles, soit selon les enseignements de la littérature et des travaux antérieurs, soit selon notre expérience et nos connaissances du milieu entrepreneurial québécois. Par exemple, nous ne trouvons aucune relation entre le taux d'emploi dans une région et le taux d'entreprises en croissance et en forte croissance. Nous ne confirmons pas non plus la relation circulaire entre la part de la population active et l'entrepreneuriat selon la conjoncture (les deux périodes étudiées).

## Conclusion

Ces derniers résultats justifient notre démarche d'ajouter plusieurs autres facteurs, que les facteurs macroéconomiques traditionnels, aux déterminants de l'entrepreneuriat pour réussir à capturer toute la complexité de ce phénomène. Ces facteurs devront aussi exprimer cette complexité en représentant la nature économique du phénomène, mais aussi la nature sociale et culturelle. Les deux chapitres suivants présentent différents résultats de cette démarche, en utilisant d'autres données sur l'entrepreneuriat.

Au chapitre 10, nous utilisons des données représentant les très nombreuses petites régions québécoises que sont les municipalités régionales de comté (MRC). Ce qui nous permet de réaliser cette fois des analyses multivariées prenant en compte l'effet concomitant de plusieurs variables à la fois. Au chapitre 11, nous ciblerons plus précisément deux MRC pour mettre de l'avant de nouveaux facteurs déterminants potentiels et qu'il serait souhaitable d'approfondir dans des études ultérieures, mais avec des données plus complètes.

Chapitre 10

# Les déterminants de l'entrepreneuriat dans les MRC québécoises[1]

Avec la collaboration de Martin Morin

*À mesure que les conditions s'égalisent, que les rangs se confondent et les règles de la hiérarchie sociale sont moins observées, tandis que les grands s'abaissent, que les petits s'élèvent et que la pauvreté aussi bien que la richesse cesse d'être héréditaire, on voit décroître chaque jour la distance de fait et d'opinion qui séparait l'ouvrier du maître. L'ouvrier conçoit une idée plus élevée de ses droits, de son avenir, de lui-même ; une nouvelle ambition, de nouveaux désirs le remplissent, de nouveaux besoin l'assaillent.*

Alexis de Tocqueville, 1835, tome 2, partie 3, chap. VII, p. 305

Comme nous venons de le voir notamment avec les chapitres 8 et 9, la mesure de l'entrepreneuriat est complexe et pose toutes sortes de défis pour mieux comprendre son niveau et les déterminants qui expliqueraient les écarts rencontrés sur différents territoires. C'est cette compréhension, la meilleure possible, qui peut permettre des interventions efficaces pour stimuler le dynamisme entrepreneurial et en améliorer le niveau. D'autant que l'entrepreneuriat est de plus en plus considéré comme un facteur clé du développement économique, comme le rappellent les nombreuses

1. Nous informons le lecteur que, contrairement aux autres chapitres, celui-ci contient plus d'éléments techniques qui doivent être révélés afin d'expliquer différentes manipulations qui ont dû être faites pour assurer la validité statistique de notre démarche, et ainsi de nos résultats, mais surtout de nos conclusions.

recherches qui ont conduit à l'adoption de la Charte de Bologne en 2000 par 48 pays de l'OCDE (2001a), mise à jour à Istanbul en 2004 touchant maintenant 90 pays et plus de 60 organisations internationales et ONG, et comme le programme de l'OCDE sur les indicateurs entrepreneuriaux le démontre.

Cette analyse est facilitée lorsqu'il s'agit des petits territoires d'un même pays qui présentent une certaine homogénéité institutionnelle et culturelle contrairement aux pays regroupant des peuples fort différents comme un grand nombre de pays africains dont les frontières ont été déterminées durant la période coloniale qui accueillent près de 2 000 groupes ethniques avec de nombreuses différences coutumières et comportementales, mais aussi dans des pays comprenant plusieurs groupes nationaux comme en Belgique, en Suisse et même en Italie[2]. Dans de petits territoires, on peut penser que les différences institutionnelles seront moins importantes, sinon inexistantes, sauf pour certains comportements des gouvernements locaux, même si ces derniers sont soumis à des règles nationales. Quant aux différences culturelles intrapays, elles pourront exister sans être aussi importantes que celles présentes sur le plan interpays comme dans l'étude de l'OCDE.

Dans ce chapitre, nous nous penchons sur les différences entrepreneuriales de 97 municipalités régionales de comté (MRC) au Québec, y compris les deux MRC métropolitaines, soit Montréal et Laval, dans lesquelles nous pouvons penser que les causes ou les déterminants économiques et socioculturels ont des effets significatifs sur la création et la croissance d'entreprises, ou du moins que leur mesure sera plus précise. En effet, ces déterminants sont dispersés sur un grand nombre de petites

2. Comme l'a rappelé Alain Touraine (1973), dans ce dernier cas en distinguant les comportements présents au sud de l'Italie par rapport à ceux du nord et même du centre. Ajoutons que de nombreuses régions italiennes utilisent toujours des dialectes relativement différents de l'italien standard enseigné à l'école. À noter aussi les différences sur le plan de l'entrepreneuriat de groupes importants d'immigrants comme dans le cas des Indiens à Londres (Conklin Frederking, 2004).

entreprises dont la majorité a des liens au moins minimaux du fait de leur encastrement sur le territoire et de leurs besoins en capital social et en réseautage.

Dans cette analyse, nous laissons toutefois de côté la région administrative du Nord-du-Québec à cause de la dispersion de sa population, des contraintes géographiques propres à cet immense territoire et de la particularité de sa structure sociale et économique. Notons qu'il y a actuellement 104 MRC depuis la division de plusieurs d'entre elles en 2006[3]. Mais, nous nous en tenons ici à l'ancienne division puisque, comme nous le verrons, nous utilisons les données démographiques du recensement de 2006 et plusieurs autres données reposant sur celle-ci. Par contre, dans le cas de l'analyse reposant sur les données de Scott's, nous retirons aussi une autre MRC, soit la Haute-Côte-Nord, compte tenu du faible nombre d'entreprises recensées.

Rappelons à nouveau que les différences entrepreneuriales portent d'abord sur la création de nouvelles entreprises. Cette création répond à l'approche schumpétérienne expliquant que le dynamisme entrepreneurial s'explique avant tout par le renouvellement régulier du parc d'entreprises, selon le principe de *destruction créatrice*, les nouvelles entreprises plus efficaces remplaçant celles qui le sont moins (Schumpeter, 1942). Le second groupe de données relève de la croissance des entreprises existantes pour inclure l'approche kirznérienne (Kirzner, 1973) qui repose sur l'idée que l'entrepreneuriat s'explique aussi par la recherche d'opportunités justifiant la survie et la croissance des entreprises (Baumol, 1986 ; Iversen, Jørgensen et Malchow-Møller, 2008 ; Marcotte, 2013).

3. Ainsi, l'ancienne MRC de Francheville (nº 37) a été scindée en Trois-Rivières (371) et Les Chenaux (372), celle de Saguenay-et-son-Fjord (94) est devenue Saguenay (971) et Fjord-du-Saguenay (972), Sept-Rivières (97) est passée à Sept-Rivières (971) et Caniapiscau (972), et Minganie-Basse-Côte-Nord (98) est devenue Minganie (981) et Basse-Côte-Nord (982). Enfin, nous avons les régions de la Jamésie (991), Kativik (992) et Eeyou Istchee (993) délimitant le Nord-du-Québec.

Nous allons d'abord discuter des différentes variables socioéconomiques touchant les deux approches que nous avons retenues, compte tenu des données disponibles, tout en expliquant leurs sources. Puis, nous présenterons les résultats selon plusieurs modèles en montrant leurs limites afin d'ouvrir la porte, au chapitre 11, sur les variables socioculturelles.

## 10.1. Les variables dépendantes

Comme dans le chapitre précédent pour les variables dépendantes, nous nous sommes basés sur les données du Registre des entreprises du Québec (REQ). Mais comme nous voulons comparer le dynamisme entrepreneurial entre les MRC, nous nous sommes limités aux créations dans le secteur manufacturier et dans cinq autres secteurs particulièrement associés à ce dernier, soit le transport et l'entreposage, les communications, le commerce de gros, le secteur de la finance et de l'assurance, et enfin les services aux entreprises proprement dits (REQ6). Nous considérons que les autres secteurs relèvent des besoins surtout personnels, ou ce que nous avons appelé les secteurs banals, ou encore des secteurs soutenus par les gouvernements comme l'éducation et la santé.

Nous avons aussi recouru aux répertoires Scott's. Comme nous l'avons expliqué, cette source permet de suivre à la trace l'évolution du nombre d'employés des entreprises d'une année à l'autre ainsi que leur croissance. Ce qui permet indirectement de tenir compte d'un changement plus large basé sur l'hypothèse généralement admise que les entreprises qui croissent recherchent des opportunités et innovent pour maintenir leurs capacités concurrentielles, tout en répondant aux besoins induits par cette croissance sur le plan des produits et de la concurrence, mais aussi sur le plan de l'organisation. Car comme moins de 30 % des entreprises croissent (Gibb et Scott, 1986 ; Wiklund, Davidsson et Delmar, 2003 ; Janssen, 2011), il appert que retrouver une part plus importante de PME en croissance, et même en forte croissance, sur un territoire devrait démontrer que ce dernier bouge plus rapidement qu'ailleurs, profitant du moins

en partie des ressources fournies par le territoire et, en retour, stimulant son développement (OCDE, 2002). Pour cette deuxième mesure, nous avons calculé, pour chaque région, la proportion d'établissements manufacturiers ayant 10 employés et plus[4], soit « simplement en croissance » (noté X1) en ne tenant pas compte des autres taux (X2, etc.), étant donné la rareté de plus en plus importante d'établissements dans la plupart des MRC à la différence des grandes régions lorsqu'on élève ce seuil, comme nous l'avons vu au chapitre précédent. Le tableau 10.1 résume les éléments définissant les deux variables dépendantes. Rappelons à nouveau que nous nous basons sur 97 MRC dans le premier cas et sur 96 dans le second, les données de Scott's étant absentes dans le cas de la Côte-Nord comme nous l'avons dit.

**Tableau 10.1**
Résumé de la variable dépendante selon la source des données

| Variable dépendante | Définition | N (MRC) |
|---|---|---|
| REQ6 | Compilation par MRC des immatriculations de 2006 à 2010 de 6 divisions d'industrie :<br>– Manufacturier<br>– Transport et entreposage<br>– Communications<br>– Commerce de gros<br>– Finances et assurances<br>– Services aux entreprises | 97 |
| X1 | Proportion d'établissements en croissance ayant 10 employés et plus parmi les établissements survivants de 2006 à 2010. | 96 |

4. Pour être conformes à d'autres données comme celles de l'OCDE, sachant toutefois que cela pose le problème d'arrondissement des chiffres, comme nous l'avons expliqué au chapitre précédent.

## 10.2. Les variables indépendantes

Tenant compte de la disponibilité limitée des données pour ces petits territoires, nous avons d'abord analysé l'effet de quatre variables importantes retenues par la plupart des études, soit : 1) le niveau d'éducation de la population (nommée EDUC, dans les tableaux) ; 2) le taux de chômage (TCHO), cette variable pouvant être assimilée jusqu'à un certain point au niveau de dépendance économique d'une partie de la population envers toutes les formes de soutien de l'État aux personnes à faibles ou sans revenus (DECO) ; 3) la densité de la population ou, son contraire, l'importance de la population en zone rurale (RURAL) ; et, 4) la part de l'emploi total provenant des PME (%PME). Nous complétons par l'ajout d'autres variables qui se sont révélées significatives dans certaines études sans toutefois faire l'unanimité.

Concernant la variable touchant la croissance des revenus, nous avons opté pour le revenu moyen de la population du territoire (REV) moins lié à la conjoncture, variable retenue par deux des études présentées au chapitre 4. Nous avons, comme d'autres études, évalué l'effet de la croissance de la population (CPOP) ainsi que l'importance de l'immigration (IMMI) ; mais étant donné le faible taux d'immigration dans certaines régions, nous avons dû utiliser la racine carrée de ce pourcentage pour pouvoir comparer plus facilement les résultats d'une région à l'autre. À noter que cette variable a été analysée par Reynolds, Miller et Maki (1995) et par Kangasharju (2000). Nous avons de plus mesuré le dynamisme démographique régional en prenant la proportion de la population âgée de 25 à 34 ans dans la population totale (POP2534), cette tranche d'âge étant la plus susceptible de générer de nouveaux entrepreneurs. Cette variable a été prise en compte uniquement par Acs *et al.* (2005) et Binet, Facchini et Koning (2010), en utilisant toutefois les 30-44 ans. Nous ne tenons compte de cette variable que pour les analyses touchant à la création d'entreprises recensées dans le REQ, puisque nous considérons que la croissance utilisée dans les analyses à partir des données du Scott's ne devrait pas être reliée à une question d'âge.

Du côté du partage, de la création et de la diffusion des connaissances, variable analysée par l'OCDE, nous avons utilisé deux mesures indirectes, soit la présence sur le territoire d'un collège, qui offre de la formation technique et scientifique après le deuxième cycle (COLLEGE), et celle d'un Centre collégial de transfert technologique (CCTT), lequel a la vocation d'aider au développement de solutions techniques ou technologiques pour les PME par grands secteurs industriels. Des études ont toutefois démontré que ces centres ont des répercussions plus importantes sur les entreprises du territoire proche, même s'ils sont ouverts à toutes les entreprises du secteur concerné (Trépanier *et al.*, 2004 ; Presutti, Boari et Majocchi, 2011). Quant aux collèges, l'effet sur une meilleure qualité des employés et sur des possibilités accrues de voir naître des entrepreneurs a été étudié par Pappas (1997), Schmitt (2008a) et Potter (2008), même si les analyses portent surtout sur les premières années universitaires et que certaines n'y trouvent pas de relations particulières (Benneworth et Charles, 2005).

Nous avons aussi construit deux variables caractérisant la structure industrielle des MRC, comme en tiennent compte trois des études mentionnées. Celles-ci reposent sur un indice de spécialisation industrielle (SPEC) et sur l'indice Herfindahl (HERF) qui mesure la diversité industrielle. L'indice de spécialisation est défini de la façon suivante :

pour $i = 1, \ldots, 41$ et $j = 1, \ldots, 97$

où FIRMES est le nombre d'établissements en moyenne des trois dernières années (2009 à 2011), $i$ est l'indice des 41 secteurs d'activité (classification NACE à trois chiffres), et $j$ l'indice des MRC. Pour ajouter plus de précisions au modèle, il aurait été souhaitable d'utiliser des données sur la production, sur la valeur ajoutée ou sur l'emploi par industrie, tout en tenant compte de la taille. Ces données ne sont toutefois pas disponibles au niveau des MRC, mais aussi rarement disponibles sur le plan microéconomique, sauf à partir d'enquêtes gouvernementales, ce dont nous ne disposons pas.

L'indice de spécialisation indique si un secteur *i* dans une MRC *j* prend une place prépondérante dans l'ensemble de son économie par rapport au poids de ce secteur *i* dans l'économie. Un indice de spécialisation supérieur à 1 signale l'existence d'une spécialisation industrielle dans la MRC, tandis qu'un indice inférieur à 1 signifie que la MRC est sous-développée dans cette industrie comparativement à la structure économique du Québec. Pour caractériser globalement le tissu industriel d'une MRC, nous calculons la moyenne des indices à travers l'ensemble de ses secteurs d'activité. On suppose qu'une région qui compte plusieurs secteurs de spécialisation (des créneaux d'excellence ou des pôles de compétitivité, par exemple) connaîtra une plus forte croissance de nouvelles entreprises grâce aux économies d'échelle régionales des différentes ressources et à la symbiose industrielle que génèrent ces spécialisations (transfert de l'innovation, effets de réseau, accès plus facile au financement, disponibilité d'une main-d'œuvre spécialisée, etc.) et donc possiblement à un écosystème soutenant le développement de ces spécialités.

Pour mesurer la diversité industrielle, nous utilisons aussi l'indice d'Herfindahl (HERF) qui se définit comme suit :

$$\text{SPEC} = \text{Spécifications}_{ij} = \frac{(\text{FIRMES}_{ij}/\text{FIRMES}_{j})}{(\text{FIRMES}_{i\text{-Québec}}/\text{FIRMES}_{\text{Québec}})}$$

$$= \frac{\text{poids du secteur } i \text{ dans la MRC}_{j}}{\text{poids du secteur } i \text{ au Québec}}$$

pour $i = 1, \ldots, 41$ et $j = 1, \ldots, 97$

où $\text{FIRMES}_{ij}$ est le nombre d'établissements dans le secteur *i* de la région *j*. Un indice d'Herfindahl faible indique une distribution plus uniforme des parts de chaque secteur dans la région, donc une forte diversité. À l'inverse, un indice élevé signale une faible diversité, par la dominance de quelques secteurs dans l'économie de la région. Selon Jacobs (1984) et les études sur la dynamique interindustrielle (Visser et Boschma, 2004 ; Staber, 2009), la croissance régionale est davantage stimulée par le foisonnement et l'enrichissement provenant des multiples interactions

entre un grand nombre de secteurs industriels, en opposition à une spécialisation régionale trop poussée, qui pourrait réduire la capacité d'innovation étant donné la moins grande diversité d'idées qui y circulent.

À ces variables, nous avons ajouté, d'un côté, les permis de bâtir industriels sur un territoire (PERMIS), permis qui devraient dénoter une partie du dynamisme industriel, notamment manufacturier, et, de l'autre, la part des logements possédés (LOGP), comme l'a retenu Kangasharju (2000) dans ses analyses.

Toutes les variables présentées ci-dessus sont de nature exogène, c'est-à-dire qu'elles décrivent l'environnement économique dans lequel opèrent les entreprises. Mais l'intervention publique représente une variable endogène à chaque région qui peut aussi influencer l'entrepreneuriat, comme l'ont noté Reynolds, Miller et Maki (1995), Kangasharju (2000) et Binet, Facchini et Koning (2010). Pour tenir compte de l'intervention publique régionale, nous avons effectué une enquête auprès des Centres locaux de développement (CLD), créés par le gouvernement du Québec dans chaque MRC et qui ont pour mission d'y favoriser l'entrepreneuriat. Parmi eux, 45 ont répondu à une partie de l'enquête, mais 32 seulement ont fourni des informations sur l'ensemble des données demandées. L'enquête portait sur la masse salariale du personnel du CLD directement affecté au soutien technique et financier aux entreprises de même qu'au nombre de ressources (temps plein) correspondant, le nombre d'entreprises ayant reçu de l'aide technique et financière, le nombre de « dossiers » traités pour de l'accompagnement technique et financier, et le nombre de nouvelles entreprises ayant reçu effectivement de l'aide, et ce, pour les années 2002 à 2010, le tout étant divisé par le nombre d'habitants en 2005.

Les données obtenues des CLD doivent être analysées avec prudence et en prenant en compte le contexte économique prévalant dans la MRC où il est situé. Étant donné que les budgets alloués aux CLD dépendent non seulement de la taille de la MRC en termes démographiques, mais aussi de son niveau de développement économique, les MRC éprouvant des difficultés économiques particulières (forte pauvreté, taux de chômage élevé,

taux d'activité faible, etc.) reçoivent un budget de base proportionnellement plus élevé que les autres régions. Par ce mécanisme, nous devions obtenir une corrélation négative entre la création d'entreprises et les variables mesurant le niveau d'accompagnement des CLD ; ce qui pourrait laisser croire que l'intervention publique occasionne automatiquement une incidence négative sur l'entrepreneuriat. Mais en fait, ce problème reflète simplement l'endogénéité des variables liées à l'action des CLD.

Pour résoudre ce problème, nous avons utilisé des variables instrumentales. Dans un premier temps, nous régressons chacune des variables mesurant l'implication des CLD selon la taille de la MRC (population totale en 2005 et croissance entre 1998 et 2005) et son niveau de développement économique (PIB en 2006 et croissance entre 2001 et 2006). Dans un deuxième temps, nous calculons la composante résiduelle issue de cette régression. Celle-ci est par définition indépendante des facteurs de décision d'allocation des budgets des CLD, ce qui permet de résoudre le problème d'endogénéité. Troisièmement, nous utilisons cette composante résiduelle dans les régressions expliquant la création (REQ6) et la croissance des entreprises, quel que soit son rythme, soit X1.

Enfin, nous avons aussi voulu voir l'effet du dynamisme des MRC voisines sur la MRC étudiée, effet pouvant toucher tant la demande extérieure pour les entreprises du territoire que l'offre d'entrepreneurs et d'employés venant des territoires proches pour participer à la demande et soutenir ainsi les entreprises de la MRC ou les concurrencer. Cette variable relève des théories sur la convergence (sinon la divergence) (Carluer et Gaulier, 2005) lorsque les MRC environnantes sont plus (ou moins) dynamiques que celle analysée et influencent celle-ci tant sur le plan de la demande que de l'offre, en particulier lorsqu'on considère la diffusion de la technologie par effet de mimétisme (Catin, 1991). À cette variable géographique, nous avons ajouté la proximité de la métropole et des frontières avec le marché américain. Nous revenons en détail sur ces variables géographiques à la section 10.4.3.

En résumé, nous avons pu obtenir les données pour huit des douze variables retenues dans au moins trois des recherches étudiées au chapitre 4[5], dont une a été évaluée de quatre façons, soit la démographie, par la croissance de la population, par l'immigration, par la part des citoyens âgés de 25 à 34 ans et par la ruralité. Trois d'entre elles ont été évaluées de deux façons, comme dans le cas du niveau de chômage et de la dépendance économique, la présence d'institutions favorisant le développement du savoir (collège et centre de transfert), et la spécialisation industrielle avec un indice spécifique et l'indice d'Herfindahl. Nous avons ajouté à ces variables le pourcentage de logements privés et possédés et le nombre de permis de bâtir industriels. De plus, nous tenons compte des interventions étatiques à partir de cinq données issues d'un des principaux organismes de soutien au développement des régions, les centres locaux de développement (CLD) sur le dynamisme local, et de l'effet complémentaire ou concurrentiel du dynamisme des régions limitrophes à chaque MRC, à la métropole et au marché américain. Ce qui donne au total 23 variables de départ.

D'autres variables, comme le capital amical et le capital de risque, l'importance des investissements étrangers et l'intervention directe notamment financière (par exemple, par Investissement Québec) ont probablement un effet sur l'entrepreneuriat régional ; mais l'absence de données précises par MRC empêche leur validation dans notre étude. Il aurait de même été intéressant de prendre en compte la part des professionnels, ou encore celle des ingénieurs et des gestionnaires dans la population, sinon la diversité du statut professionnel, comme l'ont calculé Reynolds, Miller et Maki (1995), ou encore l'importance des dépenses en recherche et développement. Cette dernière variable est toutefois complexe à mettre en œuvre dans une étude causale sur le plan régional, sachant que les données officielles de l'engagement des PME en R-D ne reflètent pas leur engagement complet puisque ces activités sont souvent peu formalisées.

5. L'ensemble des variables et les signes attendus entre chacune d'elles et les variables dépendantes sont présentés au tableau 10.2.

## 10.3. L'origine des données, la mesure des variables indépendantes et l'importance de leur incidence sur l'entrepreneuriat

L'ensemble des variables socioéconomiques dont nous venons de discuter est présenté au tableau 10.2 avec l'importance attendue de leur incidence sur l'entrepreneuriat régional. On retrouve, par exemple, la proportion de la population de 25 à 64 ans possédant un diplôme postsecondaire (EDUC) qui devrait influencer positivement les taux d'immatriculation au REQ de même que la propension à la croissance des établissements manufacturiers. Puisque, d'une part, les entrepreneurs ont généralement un niveau de scolarité supérieur à la moyenne de la population, et que, d'autre part, la croissance de leur entreprise est favorisée par une main-d'œuvre plus instruite, ce sur quoi insistent Quatraro (2010) et Andersson et Johansson (2010). Quelques études arrivent toutefois à des résultats contraires (Uhlaner, Thurik et Hutjes, 2002), en particulier pour les travailleurs autonomes incapables de trouver un emploi salarié à cause d'une trop faible scolarité, et devant dès lors créer leur propre emploi. Comme on le voit en particulier dans les pays en développement ou, encore dans les pays industrialisés, pour des emplois de vente à domicile.

La population immigrante (IMMI), prise en compte de façon surprenante par peu d'analyses, constitue aussi une variable déterminante à l'effet positif important ou, du moins, significatif depuis les travaux de Shapero en 1975. En effet, il est reconnu que les immigrants sont généralement plus déterminés à trouver eux-mêmes les moyens de gagner leur vie (Drucker, 2001) de façon autonome. De plus, la sélection effectuée par les gouvernements recherchant en particulier des immigrants investisseurs ajoute à ce comportement. Sans compter l'espoir les ayant poussés à émigrer et « à entreprendre » une nouvelle vie pleine de défis dans un nouveau pays (Sequeira et Rasheed, 2006 ; Levie, 2007). On peut aussi penser qu'une population attirant et retenant plus d'immigrants est plus ouverte à de nouvelles idées et au changement favorisant l'entrepreneuriat. En conséquence, on devrait donc retrouver de plus forts taux d'immatriculation dans les MRC présentant une plus forte proportion d'immigrants dans la population.

Le caractère plus urbain ou plus rural de la MRC devrait aussi influencer la propension à entreprendre, l'urbanisation favorisant généralement l'entrepreneuriat à cause des possibilités de rentabilisation plus importantes avec un marché plus grand et plus dense, comme l'ont compris Binet, Facchini et Koning (2010). En ce qui a trait à la croissance des entreprises, l'effet de la ruralité est ici moins évident. Pour cette variable, nous avons choisi comme indicateur la proportion de la population de la MRC vivant en zone rurale (RURAL), cette ruralité étant définie comme le fait d'habiter dans une agglomération de moins de 1 000 habitants, ou ayant une densité de moins de 400 habitants au kilomètre carré.

On sait que l'acte d'entreprendre nécessite un certain capital de départ, capital le plus souvent personnel ou familial, complété au besoin par le capital amical[6]. Pour accéder à des ressources plus importantes, il faut solliciter les institutions bancaires qui exigeront des garanties parmi lesquelles les propriétés immobilières possédées par les emprunteurs (St-Pierre, 2004 ; Kan et Tsai, 2006). On s'attend donc à ce que la proportion de logements possédés (LOGP) soit liée positivement aux taux d'entrepreneuriat.

6. Ce qu'on résume en finance, en plus du capital personnel, par les trois F, soit l'aide financière provenant de la famille (*Family*), des amis (*Friends*) et des fous (*Fools*), ces derniers probablement moins inconséquents que certains peuvent le penser puisqu'ils jouissent souvent d'informations beaucoup plus subtiles que les investisseurs, notamment le caractère opiniâtre et la résilience du futur entrepreneur pour surmonter les obstacles. Ajoutons à cette nomenclature connue des trois F, la nouvelle tendance au financement participatif, ou « par le grand nombre » (*crowdfunding*). Après avoir reconnu la jeunesse de ce nouveau mode de financement et la diversité des contextes et des situations que l'on retrouve présentement dans le monde, Mollick (2014, p. 2) le définit comme suit : « Ce financement se rapporte aux efforts des individus ou de groupes (culturels, sociaux ou même recherchant des profits) pour trouver par Internet des fonds à partir de très petites contributions provenant d'un très grand nombre de sources, sans intermédiaires financiers » (traduction libre). Bien que les sommes recherchées soient souvent modestes, on retrouve sur les sites des différentes plateformes existantes des exemples de projets qui ont obtenu un financement nettement supérieur à celui sollicité par les entrepreneurs.

Le désir d'être son propre patron, tout en se procurant à moyen terme un meilleur revenu, devrait occuper aussi une large place dans la décision de créer son propre emploi après avoir trouvé une opportunité. Mais on sait aussi qu'un bon nombre d'individus sont poussés, par la précarité du marché du travail, à créer leur entreprise. Le premier comportement est appelé l'*effet entrepreneurial*, alors qu'on appelle le second l'*effet refuge* (Congregado *et al.*, 2008 ; Caliendo et Kritikos, 2010 ; Giacomin *et al.*, 2011). On devrait donc retrouver un plus fort taux de nouvelles immatriculations dans les régions où les MRC sont plus fortement affectées par un taux de chômage élevé (TCHO). Cependant, ce taux, provoqué par exemple par une récession, entraîne des possibilités de rentabilité moindres pour la nouvelle entreprise puisque la demande y est généralement plus faible. Nous ne pouvons donc nous avancer plus loin sur l'importance attendue de la relation observée. Bien que ces deux effets soient réellement effectifs, il se peut que le modèle de régression ne puisse valider cette relation comme on le voit avec l'analyse de Golpe et Van Stel (2008).

Des considérations similaires ambiguës valent aussi pour les variables comme le revenu moyen (REV) ou encore l'indice de dépendance économique (DECO) défini comme la part des transferts gouvernementaux dans le revenu disponible des ménages. Le revenu moyen donne une indication des possibilités de revenu offertes par le travail et devrait donc influencer la décision soit de rester sur le marché du travail, soit d'entreprendre. Un revenu élevé (notamment grâce à un emploi dans une grande entreprise) ou une dépendance économique faible devrait inciter un plus grand nombre de gens à ne pas entreprendre. Inversement, un faible revenu régional ou une dépendance économique élevée devrait les encourager à créer leur propre source de revenus. Tout comme pour les variables précédentes, nous demeurons dans l'expectative sur l'importance attendue de la relation empirique de ces variables.

La présence d'un collège (COLLEGE) et d'un centre collégial de transfert technologique (CCTT) dans une MRC devrait favoriser la création d'entreprises tant du côté de l'offre, avec une population mieux disposée à cause des idées nouvelles ou de l'aide directe à l'innovation que favorise

leur présence, que du côté de la demande avec une main-d'œuvre mieux formée nécessaire pour cette création, puisque la localisation des nouvelles PME tend à se rapprocher des sources de nouvelles idées (Polèse et Shearmur, 2005 ; Audretsch, Hülsbeck et Lehmann, 2012). Il devrait en être de même de la présence d'une université, mais, dans ce cas, trop peu de MRC hors de Montréal et Québec en profiteraient directement, tout en sachant qu'une part importante des étudiants universitaires provient de l'extérieur de la MRC d'accueil. Ajoutons que, de toute façon, le petit nombre d'universités en région n'aurait pu produire de résultats statistiquement valables. C'est pourquoi nous n'avons pas retenu cette dernière variable.

Une variable mesurant la croissance récente de la population a aussi été incluse dans les tests de régression (CPOP). Elle sert à capter l'effet d'anticipation du développement futur des affaires dans la région. En effet, un entrepreneur qui cible le marché régional devrait penser que la croissance récente de ce marché est un bon indicateur de la performance future de son entreprise. Ainsi, une région en pleine croissance démographique sera sûrement plus propice à l'entrepreneuriat qu'une région en décroissance. On s'attendra donc à retrouver dans les premiers territoires des taux d'immatriculation plus élevés, ne serait-ce qu'à cause du seul effet d'anticipation, alors qu'ils seront plus bas dans les autres régions. Il est aussi probable que la croissance de la population permette un meilleur recrutement de personnel soit pour la création d'une entreprise, soit pour réaliser ses ambitions de croissance. Cette variable serait donc liée positivement à l'apparition de nouvelles entreprises et à leur croissance (X1).

Dans le même sens, on peut attribuer deux interprétations à un éventuel effet du poids démographique des 25 à 34 ans dans la population totale (POP2534). D'une part, comme cette tranche de jeunes est celle qui rassemble le plus de nouveaux entrepreneurs, on trouvera une relation significative et positive avec le taux d'immatriculation d'entreprises, comme l'expliquent Shane (2009) ou les travaux de Hjorth (2001). Un coefficient négatif démontre, d'autre part, que c'est cette tranche d'âge qui a créé le moins d'entreprises. Enfin, en l'absence de corrélation significative,

on déduira que la création d'entreprises est le fait de tous les groupes d'âge. À noter que nous n'avons pas inclus cette variable dans les analyses basées sur le Scott's, puisqu'elle devrait influencer la création d'entreprises, mais non leur croissance.

**Tableau 10.2**
Variables indépendantes selon leur compilation et le sens attendu de leurs effets sur l'entrepreneuriat régional

| | | Sens attendu de l'effet | |
|---|---|---|---|
| | | REQ6 2006-2010 | Scott's X1 2006-2010 |
| **Variables** | | | |
| CPOP | Croissance de la population totale, 2003 à 2008 | + | + |
| POP2534 | Part de la population totale âgée de 25-34 ans, 2005 | + | X |
| EDUC | % de la population de 25-64 ans possédant un diplôme postsecondaire, 2005 | + | + |
| IMMI | % de la population immigrante (racine carrée), 2005 | + | + |
| RURAL | % de la population habitant en zone rurale, 2010 | – | – |
| LOGP | % des logements privés et possédés, 2005 | + | + |
| DECO | Indice de dépendance économique, 2005 | ± | – |
| REV | Revenu moyen, 2005 | ± | – |
| TCHO | Taux de chômage, 2005 | ± | – |
| COLLEGE | Présence d'un collège, 2010 | + | + |
| CCTT | Présence d'un centre collégial de transfert technologique, 2010 | + | + |
| %PME | Part de l'emploi total des entreprises de 0 à 99 employés, 2005 | + | + |
| SPEC | Indice de spécialisation, moyenne 2009-2011 | + | + |
| HERF | Indice Herfindahl, moyenne 2009-2011 | + | + |
| PERMIS | Permis de bâtir (investissements industriels) par habitant, 2005-2010 | + | + |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Variables instrumentalisées** | | | |
| AIDE | Montants d'aide financière du CLD (moyenne annuelle par habitant), 2002-2006 | + | + |
| SALAIRE | Masse salariale du CLD directement affecté au soutien technique et financier aux entreprises (moyenne annuelle par habitant), 2002-2006 | + | + |
| EMPLOI | Nombre de ressources (temps plein) directement affectées au soutien technique et financier aux entreprises (moyenne annuelle par habitant), 2002-2006 | + | + |
| DOSSIER | Nombre de « dossiers » traités pour de l'accompagnement technique et financier (moyenne annuelle par habitant), 2002-2006 | + | + |
| FIRME | Nombre de nouvelles entreprises ayant reçu effectivement de l'aide technique et financière et toujours en activité en 2012 (moyenne annuelle par habitant), 2002-2006 | + | + |
| Effet des MRC environnantes | | ± | ± |
| Effets de la proximité de la métropole | | + | + |
| Effets de la proximité du marché américain | | + | + |

Légende : + = effet positif ; – = effet négatif ; ± = effet neutre ; X = non pris en compte.

Comme autres variables importantes décrivant l'environnement industriel de la MRC, on doit considérer la part des emplois totaux occupés en 2005 dans des entreprises de moins de 100 employés, ce qui mesure l'importance des PME dans le territoire (%PME). À défaut de l'existence d'une telle statistique pour l'ensemble des activités économiques, nous avons utilisé des données contenues dans la base du REQ présentant l'emploi par entreprise à l'aide d'un code d'intervalle : 0 employé, 1 à 5 employés, 6 à 10, etc. Nous avons attribué une taille moyenne à chaque intervalle et multiplié le nombre d'entreprises dans cet intervalle pour en déduire le nombre total d'emplois de cet intervalle. Puis, par compilation de ces intervalles jusqu'à 99 employés, nous avons obtenu le nombre total d'emplois occupés dans les PME de moins de 100 employés. Nous avons ensuite calculé la place des PME en établissant le rapport entre le nombre d'emplois estimé dans les entreprises de moins de 100 employés sur le nombre total de personnes occupées lors du recensement de 2006.

À noter que dans les données statistiques nationales, on considère généralement comme PME toute entreprise de moins de 500 employés. Toutefois, dans les analyses on retient surtout celles de moins de 250 employés, sachant que plus de 95 % des entreprises comptent généralement moins de 50 employés. Ce qui explique qu'en considérant celles qui ont moins de 99 employés, nous rejoignons la quasi-totalité des PME.

Dans le cas de l'indice de spécialisation (SPEC), comme l'expliquent plusieurs études (Ghio, 1999), une certaine spécialisation de l'économie d'un territoire peut être bénéfique à l'entrepreneuriat ; au contraire, une trop forte spécialisation peut nuire quand la ou les quelques industries sont en difficulté à cause d'une conjoncture négative pour le secteur. De telles situations ont été vécues, notamment dans la région de la Mauricie avec l'industrie des pâtes et papiers. Par contre, une dispersion trop grande des industries dans une petite région empêche de développer des services spécialisés nécessaires à leur développement et limite les possibilités de coopération (Adams, 2011). Selon ces hypothèses, les valeurs médianes devraient donc être liées à un plus fort taux d'entrepreneuriat, et les variables auxiliaires liées aux extrêmes de la distribution[7] devraient afficher un coefficient négatif.

Pour l'indice Herfindahl (HERF), nous attendons un effet positif. Selon Jacobs (1984) et les travaux du Groupe européen sur les milieux industriels (GREMI) (Ratti, Bramanti et Gordon, 1997), la croissance régionale est stimulée davantage par le foisonnement et l'enrichissement provenant des multiples interactions entre plusieurs secteurs industriels, par opposition à une spécialisation régionale trop poussée.

7. Pour cette variable, nous avons procédé aussi à un test spécifique de non-monotonie de la relation. Pour cela, nous avons découpé la distribution de l'indice en trois zones à *n* égal. Puis deux variables auxiliaires ont été introduites dans la régression au lieu de l'indice numérique, correspondant aux valeurs inférieures et supérieures de la distribution. Si l'une d'entre elles s'avérait significative, nous en avons conclu que la relation était monotone. Mais si les deux étaient significatives et de même importance, c'est que les extrémités de la distribution étaient toutes les deux supérieures (signe +) ou inférieures (–) à la zone centrale de la distribution des valeurs médianes ; de sorte que la relation ne soit pas monotone, mais qu'elle soit plutôt en U ou en A.

Les investissements industriels, du moins en ce qui concerne la valeur déclarée des permis de bâtir, ont aussi été pris en compte. Nous avons calculé le total des permis de bâtir de 2006 à 2010, que nous avons divisé par la population totale de chaque MRC en 2008. Cette variable (PERMIS) devrait être reliée positivement à l'entrepreneuriat, puisque l'ampleur des immobilisations est à la fois le reflet du dynamisme de la MRC (et de son entrepreneuriat), et une stimulation pour l'économie locale et la création de nouvelles entreprises par l'injection des sommes investies.

Par ailleurs, nous prenons comme hypothèse que l'ampleur des interventions des CLD dans leur économie locale devrait générer un effet positif sur l'entrepreneuriat, comme le pensent Reynolds, Miller et Maki (1995) et Kangasharju (2000).

Dans le cas de l'influence des MRC voisines, nous supposons que leurs forces entrepreneuriales peuvent stimuler l'entrepreneuriat de la MRC à l'étude non seulement en complétant la demande pour les entreprises établies sur le territoire, mais aussi en fournissant une main-d'œuvre complémentaire et possiblement quelques entrepreneurs habitant à proximité. De plus, les effets des réseaux d'entreprises se déploient souvent au-delà des frontières administratives des MRC, puisqu'une plus grande ampleur favorise leur efficience (Besser et Miller, 2011).

De même, on peut aussi penser que le fait d'être proche de la métropole permet de profiter de sa forte urbanisation. Il devrait en être de même pour une MRC proche de la frontière américaine qui pourrait profiter de l'influence de l'énorme marché américain.

La distance kilométrique entre les capitales administratives de chaque MRC a permis de mesurer la proximité des MRC (voir la section 10.4.3 pour plus de détails). Enfin, une plus grande proximité du grand marché américain devrait favoriser l'entrepreneuriat, comme Palard (2009) l'a noté pour la Beauce.

## 10.4. Les résultats

Le premier groupe de résultats touche le niveau entrepreneurial des MRC, soit les variables dépendantes. Le deuxième groupe s'arrête sur l'importance relative des variables indépendantes ou explicatives et ainsi sur les déterminants de l'entrepreneuriat.

### 10.4.1. Les variables dépendantes

Le tableau 10.3 présente les résultats du REQ6 et du X1 pour toutes les MRC par ordre de grandes régions[8] et par ordre des MRC à l'intérieur de ces régions. Nous avons ajouté dans ce tableau quelques données statistiques démographiques nous permettant de pondérer certaines d'entre elles et un élément de mesure entrepreneuriale comme le nombre d'entreprises (établissements) survivantes (NX1) immatriculées avant ou en 2006 et encore en activité[9]. Ainsi, le nombre d'immatriculations annuel moyen est pondéré par 1 000 habitants de 20 à 64 ans (REQ6), alors que le nombre d'entreprises manufacturières en croissance est pondéré par le nombre d'entreprises de ce secteur en proportion des entreprises survivantes en 2010 (X1).

À titre indicatif, on trouve 35 MRC avec moins de 3 nouvelles entreprises par 1 000 habitants en moyenne entre 2006 et 2010, 45 MRC avec plus de 3, mais moins de 5 ; 8 MRC avec 5, mais moins de 6 ; et 9 MRC avec plus de 6 immatriculations, ces dernières MRC étant toutes situées dans le Grand Montréal ou dans sa couronne. Les moyennes sont de 5,61 immatriculations par 1000 habitants et de 25 % des entreprises manufacturières en croissance.

8. Tout comme dans les chapitres précédents, nous avons retiré la région 10 (Nord-du-Québec) de nos analyses.

9. Du moins toujours présentes dans le Registre des entreprises québécoises (REQ).

Rappelons encore une fois qu'avec ces deux variables dépendantes, nous ne retenons pas toutes les entreprises nouvelles ou en croissance, mais uniquement celles qui paraissent mieux représenter à long terme le dynamisme entrepreneurial des territoires. Par exemple, nous aurions pu retenir tout ce qui est lié à l'industrie du tourisme dans les régions éloignées, comme la Gaspésie, les Îles-de-la-Madeleine ou Charlevoix, soit les établissements hôteliers et les restaurants, mais aussi les musées, les centres d'interprétation, les entreprises d'embarcations pour des visites dans l'estuaire du Saguenay, etc.

**Tableau 10.3**
Nombre annuel moyen de nouvelles immatriculations selon les six divisions de l'industrie pour 2006-2010, et établissements manufacturiers en croissance par MRC

| | | | REQ6 | X1 | N(X1) | CPOP | POP2534 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Région administrative | MRC | Nom de MRC | Taux d'immatriculation annuel moyen par 1 000 habitants de 20 à 64 ans, 2006-2010 | % d'établissements manufacturiers de 10 employés et plus en croissance de 2006 à 2010, en % des survivants | Nombre d'établissements survivants en 2010 | Croissance totale de la population, 2003 à 2008 | % de la population des 25 à 34 ans dans la population totale, 2008 |
| 1 | 7 | Matapédia | 2,35 | 18,8 % | 16 | −3,5 % | 9,3 % |
| 1 | 8 | Matane | 2,97 | 15,0 % | 20 | −1,0 % | 10,4 % |
| 1 | 9 | La Mitis | 2,37 | 25,0 % | 12 | −0,5 % | 9,9 % |
| 1 | 10 | Rimouski-Neigette | 3,09 | 31,6 % | 19 | 1,3 % | 12,0 % |
| 1 | 11 | Les Basques | 2,84 | 38,5 % | 13 | −5,0 % | 8,1 % |
| 1 | 12 | Rivière-du-Loup | 3,38 | 30,4 % | 23 | 3,6 % | 12,6 % |
| 1 | 13 | Témiscouata | 2,48 | 21,4 % | 14 | −3,4 % | 9,5 % |
| 1 | 14 | Kamouraska | 2,48 | 26,9 % | 26 | −3,1 % | 10,2 % |
| 2 | 91 | Le Domaine-du-Roy | 3,20 | 15,0 % | 20 | −2,3 % | 11,5 % |

**Tableau 10.3** (*suite*)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | 92 | Maria-Chapdelaine | 2,98 | 20,0 % | 15 | −4,3 % | 11,0 % |
| 2 | 93 | Lac-Saint-Jean-Est | 3,68 | 31,8 % | 44 | −1,2 % | 11,6 % |
| 2 | 94 | Le Saguenay-et-son-Fjord | 2,86 | 28,6 % | 98 | −2,1 % | 12,1 % |
| 3 | 15 | Charlevoix-Est | 3,00 | 14,3 % | 7 | −3,1 % | 12,1 % |
| 3 | 16 | Charlevoix | 2,98 | 7,7 % | 13 | −1,8 % | 9,6 % |
| 3 | 20 | L'Île-d'Orléans | 5,44 | 0,0 % | 1 | −0,5 % | 10,4 % |
| 3 | 21 | La Côte-de-Beaupré | 4,53 | 83,3 % | 6 | 9,1 % | 11,4 % |
| 3 | 22 | La Jacques-Cartier | 6,30 | 0,0 % | 2 | 13,5 % | 17,9 % |
| 3 | 23 | Québec | 4,94 | 30,0 % | 300 | 2,9 % | 14,7 % |
| 3 | 34 | Portneuf | 3,15 | 18,8 % | 32 | 2,5 % | 11,1 % |
| 4 | 35 | Mékinac | 2,51 | 28,6 % | 14 | −1,8 % | 8,4 % |
| 4 | 36 | Shawinigan | 2,60 | 16,2 % | 37 | −1,9 % | 9,4 % |
| 4 | 37 | Francheville | 3,11 | 34,1 % | 82 | 2,5 % | 12,2 % |
| 4 | 51 | Maskinongé | 2,64 | 31,6 % | 38 | 1,9 % | 11,1 % |
| 4 | 90 | La Tuque | 1,97 | 25,0 % | 4 | −2,5 % | 11,7 % |
| 5 | 30 | Le Granit | 2,95 | 23,7 % | 38 | 0,4 % | 11,5 % |
| 5 | 40 | Les Sources | 2,91 | 11,1 % | 9 | −2,1 % | 10,4 % |
| 5 | 41 | Le Haut-Saint-François | 3,28 | 14,3 % | 28 | 0,5 % | 10,6 % |
| 5 | 42 | Le Val-Saint-François | 3,47 | 22,7 % | 44 | 0,8 % | 11,5 % |
| 5 | 43 | Sherbrooke | 4,29 | 29,4 % | 102 | 5,0 % | 14,6 % |
| 5 | 44 | Coaticook | 3,55 | 33,3 % | 21 | −0,3 % | 12,4 % |
| 5 | 45 | Memphrémagog | 4,97 | 36,8 % | 38 | 4,8 % | 10,0 % |
| 6 | 66 | Montréal | 8,47 | 19,8 % | 1457 | 1,3 % | 16,8 % |
| 7 | 80 | Papineau | 3,82 | 33,3 % | 6 | 3,7 % | 9,4 % |
| 7 | 81 | Gatineau | 3,58 | 16,7 % | 42 | 6,1 % | 14,3 % |
| 7 | 82 | Les Collines-de-l'Outaouais | 3,96 | 0,0 % | 2 | 14,3 % | 11,0 % |
| 7 | 83 | La Vallée-de-la-Gatineau | 2,71 | 0,0 % | 4 | 1,4 % | 10,0 % |
| 7 | 84 | Pontiac | 2,08 | 0,0 % | 4 | −1,5 % | 8,6 % |
| 8 | 85 | Témiscamingue | 3,07 | 12,5 % | 8 | −4,8 % | 11,2 % |
| 8 | 86 | Rouyn-Noranda | 3,42 | 60,0 % | 10 | 1,7 % | 11,8 % |
| 8 | 87 | Abitibi-Ouest | 1,83 | 40,0 % | 10 | −3,1 % | 11,1 % |
| 8 | 88 | Abitibi | 2,95 | 45,5 % | 11 | 0,3 % | 12,6 % |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8 | 89 | La Vallée-de-l'Or | 3,84 | 36,0 % | 25 | 0,4 % | 11,8 % |
| 9 | 95 | La Haute-Côte-Nord | 2,44 | 0,0 % | 4 | −6,4 % | 10,4 % |
| 9 | 96 | Manicouagan | 2,12 | 0,0 % | 11 | −3,9 % | 11,2 % |
| 9 | 97 | Sept-Rivières–Caniapiscau | 2,66 | 41,2 % | 17 | 1,7 % | 14,1 % |
| 9 | 98 | Minganie–Le Golfe | 2,80 | 0,0 % | 1 | −5,2 % | 11,0 % |
| 11 | 1 | Les Îles-de-la-Madeleine | 1,86 | 33,3 % | 9 | 0,2 % | 9,4 % |
| 11 | 2 | Le Rocher-Percé | 1,91 | 50,0 % | 4 | −4,5 % | 8,6 % |
| 11 | 3 | La Côte-de-Gaspé | 2,52 | 42,9 % | 7 | −1,1 % | 10,4 % |
| 11 | 4 | La Haute-Gaspésie | 2,01 | 57,1 % | 7 | −3,3 % | 9,5 % |
| 11 | 5 | Bonaventure | 2,21 | 16,7 % | 6 | −1,9 % | 9,6 % |
| 11 | 6 | Avignon | 2,62 | 66,7 % | 3 | −2,0 % | 10,6 % |
| 12 | 17 | L'Islet | 2,34 | 34,5 % | 29 | −3,2 % | 10,4 % |
| 12 | 18 | Montmagny | 2,91 | 34,4 % | 32 | −3,0 % | 10,5 % |
| 12 | 19 | Bellechasse | 3,40 | 33,3 % | 36 | −1,3 % | 11,1 % |
| 12 | 25 | Lévis | 4,55 | 23,2 % | 99 | 6,4 % | 13,8 % |
| 12 | 26 | La Nouvelle-Beauce | 5,22 | 30,0 % | 40 | 3,0 % | 14,9 % |
| 12 | 27 | Robert-Cliche | 4,13 | 21,6 % | 37 | −1,4 % | 13,7 % |
| 12 | 28 | Les Etchemins | 2,13 | 33,3 % | 12 | −2,9 % | 10,2 % |
| 12 | 29 | Beauce-Sartigan | 4,30 | 37,0 % | 81 | 2,2 % | 13,1 % |
| 12 | 31 | Les Appalaches | 3,59 | 40,0 % | 45 | −1,3 % | 10,2 % |
| 12 | 33 | Lotbinière | 4,15 | 30,2 % | 43 | 3,2 % | 11,9 % |
| 13 | 65 | Laval | 7,40 | 17,6 % | 199 | 7,0 % | 12,7 % |
| 14 | 52 | D'Autray | 3,97 | 28,6 % | 35 | 4,9 % | 11,2 % |
| 14 | 60 | L'Assomption | 4,38 | 10,8 % | 37 | 8,1 % | 11,6 % |
| 14 | 61 | Joliette | 4,26 | 28,9 % | 38 | 6,6 % | 12,0 % |
| 14 | 62 | Matawinie | 4,12 | 17,6 % | 17 | 8,1 % | 8,9 % |
| 14 | 63 | Montcalm | 4,50 | 31,6 % | 19 | 12,1 % | 13,3 % |
| 14 | 64 | Les Moulins | 5,64 | 21,5 % | 79 | 17,4 % | 13,7 % |
| 15 | 72 | Deux-Montagnes | 4,87 | 32,6 % | 43 | 7,5 % | 13,3 % |
| 15 | 73 | Thérèse-De Blainville | 7,28 | 37,0 % | 92 | 6,5 % | 11,5 % |
| 15 | 74 | Mirabel | 6,48 | 36,4 % | 22 | 22,0 % | 15,9 % |
| 15 | 75 | La Rivière-du-Nord | 5,15 | 18,0 % | 50 | 12,5 % | 12,4 % |
| 15 | 76 | Argenteuil | 4,36 | 27,8 % | 18 | 2,2 % | 10,2 % |

**Tableau 10.3** (*suite*)

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 15 | 77 | Les Pays-d'en-Haut | 8,26 | 14,3 % | 7 | 12,3 % | 9,4 % |
| 15 | 78 | Les Laurentides | 5,19 | 16,7 % | 12 | 7,8 % | 10,6 % |
| 15 | 79 | Antoine-Labelle | 3,38 | 7,1 % | 14 | 1,9 % | 9,6 % |
| 16 | 46 | Brome-Missisquoi | 4,44 | 11,8 % | 51 | 2,9 % | 10,3 % |
| 16 | 47 | La Haute-Yamaska | 5,00 | 28,4 % | 116 | 6,1 % | 12,5 % |
| 16 | 48 | Acton | 3,96 | 21,4 % | 14 | −0,5 % | 11,8 % |
| 16 | 53 | Pierre-De Saurel | 2,59 | 33,3 % | 30 | −0,7 % | 10,9 % |
| 16 | 54 | Les Maskoutains | 4,36 | 20,7 % | 92 | 1,2 % | 12,9 % |
| 16 | 55 | Rouville | 4,89 | 15,8 % | 38 | 6,8 % | 13,8 % |
| 16 | 56 | Le Haut-Richelieu | 4,57 | 21,9 % | 64 | 6,5 % | 12,8 % |
| 16 | 57 | La Vallée-du-Richelieu | 6,22 | 24,5 % | 53 | 9,6 % | 12,4 % |
| 16 | 58 | Longueuil | 6,16 | 29,0 % | 241 | 2,9 % | 12,8 % |
| 16 | 59 | Lajemmerais | 4,91 | 30,6 % | 49 | 5,3 % | 12,4 % |
| 16 | 67 | Roussillon | 5,40 | 24,5 % | 98 | 8,1 % | 12,6 % |
| 16 | 68 | Les Jardins-de-Napierville | 5,31 | 33,3 % | 21 | 6,9 % | 14,1 % |
| 16 | 69 | Le Haut-Saint-Laurent | 3,27 | 13,3 % | 15 | −1,4 % | 10,1 % |
| 16 | 70 | Beauharnois-Salaberry | 3,78 | 24,3 % | 37 | 1,4 % | 11,4 % |
| 16 | 71 | Vaudreuil-Soulanges | 6,70 | 30,8 % | 52 | 16,9 % | 12,8 % |
| 17 | 32 | L'Érable | 3,70 | 25,0 % | 56 | −4,6 % | 11,5 % |
| 17 | 38 | Bécancour | 3,62 | 21,7 % | 23 | 0,5 % | 10,3 % |
| 17 | 39 | Arthabaska | 3,95 | 27,3 % | 88 | 3,3 % | 12,2 % |
| 17 | 49 | Drummond | 4,84 | 25,5 % | 141 | 4,9 % | 13,6 % |
| 17 | 50 | Nicolet-Yamaska | 3,81 | 43,8 % | 32 | −2,3 % | 11,3 % |
| **Total** | | | **5,61** | **25,0 %** | | | |

## 10.4.2. Les variables indépendantes ou explicatives

Rappelons que notre approche est une analyse des données en coupe transversale par laquelle nous mesurons les différentes relations à un moment donné dans le temps, sans faire de suivi longitudinal sur ces données. Notre objectif est d'expliquer les différences structurelles des deux variables dépendantes que nous venons d'observer, soit le REQ6 et le X1, par des différences de niveau dans les variables indépendantes, à travers les 97 ou 96 MRC utilisées pour ces comparaisons entre 2006 et 2010.

Le niveau de richesse du territoire est estimé à partir de trois indicateurs, soit l'indice de dépendance économique (régression REQ6.1 pour la création d'entreprises pour six secteurs, ou X1.1 pour la croissance des entreprises), le revenu moyen (régression REQ6.2 ou X1.2), et le taux de chômage (régression REQ6.3 ou X1.3). Comme ces trois indicateurs sont fortement corrélés, ils ne peuvent être introduits simultanément dans les mêmes régressions, ce qui explique les trois équations. Les résultats sont présentés au tableau 10.4 pour la création (REQ6) et 10.7 pour la croissance (X1).

Nous faisons de même au tableau 10.6 avec les différentes formes d'intervention des CLD (évidemment fortement corrélées) qui doivent être introduites à tour de rôle en raison de la corrélation élevée entre ces divers indicateurs à propos de la création d'entreprises (régressions REQ6.4 à REQ6.9). L'intervention des CLD touchant peu la croissance des entreprises, nous ne reproduisons pas le modèle sur la variable X1.1.

### 10.4.3. Les résultats de la création d'entreprises issus du REQ6

La première série de résultats présentés au tableau 10.4 porte sur le taux d'immatriculation du REQ à 6 industries, en excluant l'intervention des CLD[10] qui sera analysée au tableau 10.6. On peut tout d'abord constater le pouvoir explicatif très élevé de chacune des régressions, avec des $R^2$ ajusté dépassant 0,800, ce qui, en coupe transversale, est un résultat remarquable. On peut identifier quatre variables très significatives, avec des coefficients bêta standardisés (similaires à un coefficient de corrélation) s'élevant pour la plupart à plus de 0,300. Ces variables sont : 1) la croissance de la population (CPOP) ; 2) la proportion (racine carrée) de la population immigrante (IMMI) ; 3) la part des PME dans l'emploi total (%PME) ;

10. Nous avons ainsi décidé de traiter séparément les informations provenant des CLD puisque celles-ci ne s'appliquent pas à toutes les MRC du Québec. Le nombre de répondants étant restreint, nous nous intéresserons à l'impact de leurs interventions avec quelques autres variables seulement pour simplifier l'analyse.

et enfin, 4) la variable décrivant le niveau de richesse, soit le revenu moyen (REV), ou son contraire, l'indice de dépendance économique (DECO) ou, encore, le taux de chômage (TCHO), avec une corrélation plus faible.

Pour les variables mesurant le niveau de richesse, le résultat empirique rejoint l'état de la demande, puisque la dépendance économique et le taux de chômage influencent négativement la création d'entreprises, alors que leur opposé, un revenu moyen plus élevé, stimule la création d'entreprises. Il appert donc que l'effet stimulant pour l'entrepreneuriat d'un taux de chômage ou de dépendance élevé (l'*effet refuge*) n'est pas vérifié.

**Tableau 10.4**
Facteurs explicatifs du taux d'immatriculation dans les MRC du Québec avec le REQ à six industries et sans l'intervention des CLD et des différents effets de proximité

| | | REQ6.1 | REQ6.2 | REQ6.3 |
|---|---|---|---|---|
| CPOP | Croissance de la population totale, 2003 à 2008 | 0,417*** | 0,430*** | 0,414*** |
| POP2534 | Part de la population âgée de 25-34 ans, 2005 | 0,081* | 0,111** | 0,088* |
| EDUC | % de la population âgée de 25-64 ans possédant un diplôme postsecondaire, 2005 | 0,118* | 0,049 | 0,162** |
| IMMI | % de la population immigrante (racine carrée), 2005 | 0,474*** | 0,426*** | 0,496*** |
| RURAL | % de la population habitant en zone rurale, 2010 | −0,084 | −0,066 | −0,114 |
| LOGP | % des logements privés et possédés, 2005 | 0,086 | 0,025 | 0,108 |
| DECO | Indice de dépendance économique, 2005 | −0,231*** | X | X |
| REV | Revenu moyen, 2005 | X | 0,313*** | X |
| TCHO | Taux de chômage, 2005 | X | X | −0,138** |
| COLLEGE | Présence d'un collège, 2010 | −0,086 | −0,102* | −0,097 |
| CCTT | Présence d'un centre collégial de transfert technologique, 2010 | 0,028 | 0,044 | 0,044 |
| %PME | Part de l'emploi total des entreprises de 0 à 99 employés, 2005 | 0,335*** | 0,322*** | 0,314*** |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| SPEC | Indice de spécialisation, moyenne 2009-2011 | 0,091* | 0,147*** | 0,061 |
| HERF | Indice Herfindahl, moyenne 2009-2011 | −0,035 | −0,019 | −0,050 |
| PERMIS | Permis de bâtir (investissements industriels) par habitant, 2006-2010 | −0,006 | 0,015 | 0,025 |
| | N (MRC) | 96 | 96 | 96 |
| | $R^2$ | 0,864 | 0,869 | 0,856 |
| | $R^2$ ajusté | 0,843 | 0,8482 | 0,8329 |
| | F | 40,20*** | 41,84*** | 37,43*** |
| Tests d'autocorrélation spatiale des résidus[1] | | | | |
| | Test Moran I | 8,69*** | 9,26*** | 9,05*** |
| | Test du multiplicateur de Lagrange | 33,82*** | 39,72*** | 37,05*** |

Note : Les coefficients bêta ont été standardisés.
Légende : * = $p < 0{,}10$ ; ** = $p < 0{,}05$ ; *** = $p < 0{,}01$ ; **** = $p < 0{,}001$ ; X = non pris en compte.
1. Ces tests sont expliqués à la section 10.4.5.

En ce qui a trait aux autres variables, on peut tout d'abord constater un effet légèrement significatif des jeunes de 25 à 34 ans (POP2534), sauf dans la troisième équation. Quant au niveau de scolarité (EDUC), l'effet entrepreneurial n'apparaît pas aussi important que l'avait estimé Larsen (2008) ou Pšeničny (2009), et ce qu'en a dit Potter (2008). Il est même nul dans la deuxième équation. Cependant, comme il existe une certaine corrélation entre le niveau de scolarité et un revenu moyen élevé, l'absence de cet indicateur dans la régression REQ6.2 pourrait faire en sorte que le niveau de scolarité s'approprie la variance qui autrement reviendrait à l'indicateur omis. Il n'est donc pas certain que le niveau de scolarité influence vraiment la création d'entreprises, compte tenu de la variété des entreprises prises en compte.

En ce qui concerne l'influence de la densité démographique sur l'entrepreneuriat (RURAL), nous constatons un effet négatif de la ruralité, mais non significatif. Il semble donc que l'urbanisation n'apporte en soi aucun pouvoir explicatif important à l'entrepreneuriat, probablement à cause des nouveaux moyens de communication diminuant la distance socioéconomique et de l'attirance de certaines entreprises, moins liées au marché immédiat, pour des terrains à coûts nettement inférieurs et des

salaires beaucoup plus faibles. Toutefois, le fait que les coefficients dans les trois régressions sont tous négatifs plaide en faveur d'un certain avantage d'une concentration plus grande de la population.

Dans le cas de l'influence de la proportion de propriétaires dans la région (LOGP), aucun effet significatif n'apparaît. Ainsi, on peut se demander si c'est réellement l'avoir accumulé (sous forme immobilière) qui permet ou stimule la création d'entreprises, ou plutôt d'autres sources de financement, personnel ou amical, qui jouent le premier rôle.

Pour la variable touchant la présence d'institutions de formation et de soutien public à l'innovation provenant des collèges (COLLEGE) ou des centres collégiaux de transfert technologique (CCTT), l'effet est faible dans deux équations pour les collèges, mais négatif partout, et nul pour les centres de transfert. Une explication possible est que les individus avec un niveau d'éducation élevée tendraient à émigrer dans les grandes villes, comme Montréal ou Québec, pour profiter des services multiples et d'un bassin d'emplois plus variés sinon plus intéressants compte tenu d'un plus grand nombre d'entreprises de haut savoir, réduisant d'autant l'importance d'un collège dans la MRC[11]. Les études montrent d'ailleurs que la présence d'une université dans une région ne favorise pas nécessairement la création d'entreprises (Benneworth et Charles, 2005). Il en va de même pour les parcs technologiques (Shearmur et Doloreux, 2000). D'ailleurs, la mesure devrait porter non pas sur la seule présence des collèges ou des centres de transfert, mais bien sur leurs liens avec les entreprises régionales, données malheureusement inexistantes.

Au regard des variables décrivant la structure industrielle du territoire, nous avons déjà signalé le fort pouvoir explicatif de la part des PME dans l'emploi total (%PME) du territoire. Cet effet positif se répète dans chacune des trois régressions et de manière équivalente, ce qui nous conforte dans la confiance en cet effet, comme les études tendent de plus en plus

11. Par contre, elles pourraient profiter aux entreprises innovatrices présentes, comme le montre l'étude de Audretsch, Grilo et Thurik (2007).

à le prouver (Acs et Mueller, 2008 ; Huang, Shih et Wu, 2010). Sachant qu'au contraire, la forte présence de grandes entreprises, notamment celles des secteurs primaires qui offrent peu de sous-traitance (en excluant les fournisseurs de biens et services), tend à freiner l'entrepreneuriat (Arbuthnott *et al.*, 2011).

Par ailleurs, l'indice Herfindahl (HERF), décrivant la diversité industrielle au sein de la MRC, apparaît n'avoir aucun effet sur l'entrepreneuriat, pas plus que la moyenne par habitant des permis de bâtir dans le secteur industriel (PERMIS).

Dans le cas de la spécialisation des activités (SPEC), cette variable présente toutefois un effet positif sur l'entrepreneuriat, du moins dans deux des régressions, et assez significatif dans celle du revenu moyen (REQ6.2). Comme annoncé, nous avons procédé à un test spécifique de monotonie de cet effet, en remplaçant cette variable numérique par deux variables auxiliaires liées au tiers inférieur et supérieur de la distribution de l'indice de spécialisation, et en comparant, par le fait même, le taux d'entrepreneuriat dans ces deux zones avec celui de la zone médiane. Pour le reste, les régressions sont similaires aux trois précédentes et incluent toutes les autres variables.

Les résultats présentés au tableau 10.5 montrent qu'une seule de ces deux variables auxiliaires est significative, soit celle du tiers supérieur, prouvant que l'entrepreneuriat est plus élevé lorsque cette spécialisation atteint le tiers supérieur, par rapport au tiers médian de la distribution. Par contre, les taux d'entrepreneuriat n'apparaissent pas différents entre le tiers inférieur et le tiers médian. Cette dernière observation montre donc qu'il n'y a pas d'effet négatif (sur l'entrepreneuriat) d'une très faible spécialisation. Par contre, au-delà d'un certain seuil de spécialisation, on observe des effets positifs. En d'autres termes, une trop grande spécialisation peut être dangereuse lorsque le ou les secteurs sont frappés par une concurrence trop forte ou nouvelle ; mais assez de spécialisation permet de multiplier les ressources et de favoriser des alliances bénéfiques.

Ce que confirme l'analyse de Desrochers et Sautet (2008). Ces résultats vont donc dans le même sens que ceux avec l'indice original de spécialisation, mais en le précisant.

**Tableau 10.5**
Coefficients bêta standardisés des régressions supplémentaires avec l'indice de spécialisation en trois niveaux

| | | REQ6.1 | REQ6.2 | REQ6.3 |
|---|---|---|---|---|
| V73a. | Indice de spécialisation, tiers inférieur | 0,018 | −0,006 | 0,023 |
| V73c. | Indice de spécialisation, tiers supérieur | 0,102* | 0,143** | 0,069 |

Note : Par économie d'espace, nous ne présentons que les résultats pour les deux variables auxiliaires de l'indice de spécialisation. Mais les trois régressions incluent les mêmes autres variables que celles du tableau 10.3, et les coefficients de celles-ci y sont très semblables. Les coefficients bêta ont été standardisés.
Légende : * = $p < 0{,}10$ ; ** = $p < 0{,}05$ ; *** = $p < 0{,}01$ ; **** = $p < 0{,}001$.

Enfin, nous avons ajouté au bas des tableaux 10.4 et 10.7 deux tests d'autocorrélation spatiale des résidus de la régression (le test Moran I appliqué aux résidus et le test du multiplicateur de Lagrange), montrant que les résidus sont corrélés entre les MRC en fonction de la distance géographique qui les sépare et que le dynamisme économique des MRC voisines influence l'entrepreneuriat de chaque MRC. Ceci est expliqué en détail à la section 10.4.5.

Le tableau 10.6 présente, pour sa part, les résultats des régressions incluant, de façon séquentielle, les variables mesurant l'intervention des CLD, estimées avec la méthode des variables instrumentales. Comme nous l'avons dit, un petit nombre seulement de CLD ont fourni les réponses à cette partie de notre enquête. Dans ces conditions, en raison du nombre restreint de degrés de liberté, il est impossible d'estimer l'effet de l'ensemble des variables indépendantes, chacune des régressions n'incluant qu'une des variables provenant des CLD. Les estimations de ce tableau incluent donc quatre variables indépendantes seulement : la population de 25 à 64 ans possédant un diplôme postsecondaire, le taux de chômage, l'indice de spécialisation et les permis de bâtir.

**Tableau 10.6**
Régressions incluant les variables mesurant l'intervention des CLD

| | | REQ6.4 | REQ6.5 | REQ6.6 | REQ6.7 | REQ6.8 | REQ6.9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| EDUC | % de la population âgée de 25-64 ans possédant un diplôme postsecondaire, 2005 | 0,049 | 0,113 | 0,112 | 0,104 | 0,044 | 0,166 |
| TCHO | Taux de chômage, 2005 | −0,663*** | −0,705*** | −0,685*** | −0,634*** | −0,635*** | −0,657*** |
| SPEC | Indice de spécialisation, moyenne 2009-2011 | −0,166 | −0,108 | −0,135 | −0,179 | −0,204 | −0,199 |
| PERMIS | Permis de bâtir (investissements industriels) par habitant, 2006-2010 | −0,026 | −0,087 | −0,053 | −0,066 | 0,048 | −0,013 |
| | Montants annuels d'aide financière | 0,043 | X | X | X | X | X |
| | Masse salariale du CLD | X | −0,056 | X | X | X | X |
| | Nombre de ressources (temps plein) du CLD | X | X | 0,085 | X | X | X |
| | Nombre d'entreprises ayant reçu de l'aide technique et financière | X | X | X | 0,130 | X | X |
| | Nombre de « dossiers » traités pour de l'accompagnement technique et financier | X | X | X | X | 0,150 | X |
| | Nombre de nouvelles entreprises ayant reçu effectivement de l'aide technique et financière et toujours en activité en 2012 | X | X | X | X | X | 0,004 |
| | N (MRC) | 35 | 32 | 33 | 34 | 32 | 33 |
| | $R^2$ | 0,707 6 | 0,750 9 | 0,744 2 | 0,728 7 | 0,753 6 | 0,734 8 |
| | $R^2$ ajusté | 0,644 9 | 0,691 1 | 0,685 2 | 0,668 4 | 0,694 5 | 0,673 6 |
| | F | 9,68 | 12,05 | 11,9 | 11,62 | 9,32 | 14,16 |

Note : Les coefficients bêta ont été standardisés. Légende : * = $p < 0,10$ ; ** = $p < 0,05$ ; *** = $p < 0,01$ ; **** = $p < 0,001$ ; X = non pris en compte.

Les résultats sont étonnants. En général, l'intervention des CLD telle qu'elle est mesurée ne semble pas avoir une réelle incidence sur la création d'entreprises. Même si les coefficients sont positifs (sauf pour la masse salariale), ils sont non significatifs.

Comment expliquer cette absence d'effet ? D'abord, rappelons à nouveau le petit échantillon. Dans ces conditions, il est difficile d'obtenir des résultats robustes. Ensuite, les variables d'intervention ne mesurent que les dimensions quantitatives, ignorant celles qui sont qualitatives dans ces régressions. Par exemple, la qualité et le professionnalisme des interventions jouent sûrement un rôle important dans le soutien à la création d'entreprises, comme nous l'avions déjà mesuré il y a longtemps dans une analyse touchant l'efficacité différenciée des programmes de formation des dirigeants de PME selon les territoires au Québec (Chicha et Julien, 1980) et comme nous le verrons au chapitre suivant. De même, on sait que les interventions demandent souvent du temps et que leurs répercussions sont plus ou moins diffuses ; mais dans ce cas, la dernière variable, le taux de survivance des firmes aidées, aurait dû ressortir.

### 10.4.4. Les résultats de la croissance d'entreprises tirés des répertoires Scott's

Venons-en maintenant aux résultats avec les données du Scott's sur la croissance des établissements manufacturiers par MRC (tableau 10.7). On peut voir que l'ensemble des variables indépendantes apparaît comme ayant peu de pouvoir explicatif. Quelques variables seulement se montrent significatives, selon la régression. Rappelons que nous n'avons pas inclus la part des 25 à 34 ans (POP2534) dans la population, considérant qu'elle affecte avant tout la création d'entreprises plutôt que la croissance.

Comme prévu, la croissance de la population (CPOP) a un effet positif sur la croissance des établissements, avec un coefficient toutefois faiblement significatif. La ruralité (RURAL), ou la non-densité de la population, à l'instar des analyses des données du REQ, affiche un coefficient négatif,

**Tableau 10.7**
Résultats des régressions à partir des données du Scott's (les PME en croissance)

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 |
|---|---|---|---|---|
| CPOP | Croissance de la population totale, 2003 à 2008 | 0,291* | 0,266* | 0,207 |
| POP2534 | % de la population des 25 à 64 ans possédant un diplôme postsecondaire, 2005 | −0,048 | −0,027 | −0,157 |
| IMMI | % de la population immigrante (racine carrée), 2005 | −0,233 | −0,210 | −0,260* |
| RURAL | % de la population habitant en zone rurale, 2010 | −0,322* | −0,319* | −0,269 |
| LOGP | % des logements privés et possédés, 2005 | −0,015 | 0,026 | 0,001 |
| DECO | Indice de dépendance économique, 2005 | 0,202 | X | X |
| REV | Revenu moyen, 2005 | X | −0,200 | X |
| TCHO | Taux de chômage, 2005 | X | X | −0,109 |
| COLLEGE | Présence d'un collège, 2010 | −0,048 | −0,036 | −0,029 |
| CCTT | Présence d'un centre collégial de transfert technologique, 2010 | 0,205 | 0,200 | 0,216 |
| %PME | Part de l'emploi total des entreprises de 0 à 99 employés, 2005 | 0,144 | 0,165 | 0,216 |
| SPEC | Indice de spécialisation, moyenne 2009-2011 | 0,062 | 0,020 | 0,006 |
| HERF | Indice Herfindahl, moyenne 2009-2011 | 0,058 | 0,040 | 0,021 |
| PERMIS | Permis de bâtir (inves-tissements industriels) par habitant, 2006-2010 | −0,052 | −0,071 | −0,080 |
| | N (MRC) | 96 | 96 | 96 |
| | $R^2$ | 0,1423 | 0,1381 | 0,1345 |
| | $R^2$ ajusté | 0,0183 | 0,0135 | 0,0094 |
| | F | 1,15 | 1,11 | 1,07 |
| Tests d'autocorrélation spatiale des résidus[1] | | | | |
| | Test Moran I | 8,99*** | 9,07*** | 8,97*** |
| | Test du multiplicateur de Lagrange | 36,82*** | 37,76*** | 36,27*** |

Note : Les coefficients bêta ont été standardisés.
Légende : * = $p < 0,10$ ; ** = $p < 0,05$ ; *** = $p < 0,01$ ; **** = $p < 0,001$ ; X = non pris en compte.
1. Ces tests sont expliqués à la section 10.4.5.

avec un seuil de significativité de 10 % (sauf pour la régression X1.3). Le coefficient de la part de la population immigrante (IMMI) montre un effet négatif inattendu, mais cette variable n'est significative que dans la dernière régression. Les autres variables du modèle ne sont pas significatives.

Ainsi, par rapport aux résultats pour le REQ, nos régressions expliquent très faiblement le nombre d'entreprises en croissance dans l'industrie manufacturière des entreprises existantes, du moins en ce qui concerne les MRC. Si nous avions pu évaluer les fortes croissances avec un nombre suffisant d'entreprises pour être statistiquement représentatif par MRC, il est possible que les résultats auraient été plus intéressants, comme le rappelle le rapport de l'OCDE de 2011 avec l'importance des gazelles comme indice entrepreneurial. Ces résultats confirment cependant les difficultés à expliquer l'entrepreneuriat dans différentes régions et l'impossibilité de transposer des résultats significatifs d'une région à l'autre. Autrement dit, les facteurs clés d'une région ne seront pas nécessairement aussi stimulants dans une autre, ce qui peut évidemment être justifié par des éléments moins tangibles que ceux qui ont été considérés jusqu'à présent. Bref, pour expliquer ces différences régionales, il existe d'autres variables ou phénomènes locaux, de nature plus qualitative.

Avant d'aborder ces facteurs plus subtils et plus difficiles à mesurer, nous allons discuter de la question spatiale, soit celle touchant l'effet des MRC environnantes, celle liée à l'influence de la métropole et, enfin, celle provenant de la proximité du marché américain.

### 10.4.5. L'analyse spatiale

La dynamique entrepreneuriale d'une MRC devrait avoir un effet sur l'entrepreneuriat des MRC voisines et réciproquement, comme le fait d'être situé dans la région métropolitaine ou d'être proche de la frontière américaine et donc de l'énorme marché américain. Par exemple, les stratégies de développement économique de certains organismes publics peuvent se déployer sur plus d'une MRC au sein d'une même grande région administrative et le territoire effectif des réseaux d'entreprises, des bassins d'emploi,

des structures industrielles et des créneaux d'excellence peuvent ne pas respecter nécessairement les frontières administratives des MRC. On sait aussi que les régions métropolitaines s'étendent sur plusieurs MRC. De même, le développement d'une entreprise dans une MRC donnée affecte certainement les fournisseurs, les clients, l'emploi et les réseaux dans les MRC à proximité (et même éloignées), et vice-versa, favorisant la diffusion de l'esprit entrepreneurial et des opportunités de création d'entreprises d'une MRC à l'autre (Presutti, Boari et Majocchi, 2011).

Nous devrions donc observer une autocorrélation spatiale entre les MRC et leur localisation en ce qui concerne nos deux mesures de l'entrepreneuriat (REQ6 et X1), c'est-à-dire une liaison positive entre l'intensité entrepreneuriale de MRC proches l'une de l'autre, ou situées dans la zone métropolitaine ou près de la frontière américaine. Dans cette première partie, nous présentons une analyse spatiale de l'effet de la dynamique des MRC proches.

### *L'effet de la dynamique des MRC proches*

Nous avons d'abord mesuré la proximité entre MRC par la distance routière en kilomètres entre le centre de leur capitale administrative respective, calculé par le planificateur routier *Via Michelin* (<http://www.viamichelin.com>). À partir de cette distance kilométrique, nous avons construit une matrice de proximité en calculant, pour chaque paire de MRC :

$$\mathrm{DIST}_{ij} = \frac{1}{\sqrt{Km_{ij}}}$$

$$\mathrm{DIST}_{ii} = 1 \text{ si } i = j \; i, j = 1, \ldots, 97$$

où *ij* est l'index des paires de MRC. De cette façon, plus deux MRC sont éloignées l'une de l'autre, plus la valeur DIST sera petite. Par définition, puisque la distance entre la $\mathrm{MRC}_i$ et la $\mathrm{MRC}_j$ est identique à celle entre la $\mathrm{MRC}_j$ et la $\mathrm{MRC}_i$, cette matrice est symétrique et de taille 97 × 97, dans le cas du REQ6, et 96 × 96 dans le cas de X1.

Pour mesurer l'existence d'une autocorrélation spatiale entre les MRC, nous calculons, pour chaque mesure entrepreneuriale (REQ6 et X1), le test global d'autocorrélation spatiale de Moran I (Moran, 1950). Ce test s'interprète comme un coefficient de corrélation. Plus la valeur du test s'approche de 1, plus il existe une forte corrélation spatiale positive, et inversement pour les valeurs s'approchant de –1. Ce test est calculé dans le tableau 10.8. La valeur *p*, basée sur la statistique-z (équivalant à un test de Student), donne la probabilité liée à l'hypothèse d'une indépendance spatiale, c'est-à-dire l'absence d'une autocorrélation spatiale entre les MRC. Ce tableau indique que, pour les deux variables dépendantes REQ6 et X1, il existe bel et bien une autocorrélation spatiale entre les différents dynamismes entrepreneuriaux des MRC selon leur proximité géographique. Cette corrélation est cependant plus forte pour la variable REQ6 (0,230) que X1 (0,163).

**Tableau 10.8**
Tests d'autocorrélation spatiale

| | Valeur du test | Statistique-z | Valeur *p* |
|---|---|---|---|
| **REQ6** | 0,230 | 10,907 | 0,000 |
| **X1** | 0,163 | 7,945 | 0,000 |

Rappelons que nous avons indiqué au bas des tableaux 10.4 (résultats pour le REQ6) et 10.7 (résultats X1), deux tests d'autocorrélation spatiale des résidus de la régression (le test Moran I appliqué aux résidus et le test du multiplicateur de Lagrange), c'est-à-dire que les résidus sont corrélés entre les MRC en fonction de la distance géographique qui les sépare. L'ensemble de ces tests est significatif, rejetant l'hypothèse d'une absence d'autocorrélation des résidus. Autrement dit, la dynamique des MRC voisines agit sur les autres MRC et réciproquement[12].

12. Pour le lecteur intéressé par cette analyse, voir l'annexe 1, à la fin de ce chapitre.

Ainsi, pour une MRC donnée, si le niveau entrepreneurial (REQ6 ou X1) des MRC à proximité est élevé, le délai spatial sera aussi élevé. De cette façon, la régression spatiale tient compte non seulement des caractéristiques propres à la MRC (mesurées par les variables indépendantes X), mais aussi de l'intensité entrepreneuriale des MRC à proximité. Si, dans les résultats de la régression, le coefficient spatial est significatif, c'est donc qu'il existe une autocorrélation spatiale entre les MRC.

La procédure spatiale ne tolérant pas les données manquantes, la variable incomplète concernant les permis de bâtir 2006-2010 est retirée des estimations. Notons aussi que les coefficients affichés dans ce tableau n'ont pas été standardisés. Ces régressions spatiales sont présentées au tableau 10.9.

Les deux premières colonnes de résultats de ce tableau (REQ.10 et REQ.11) présentent les régressions pour le REQ6, respectivement pour les modèles standard et spatial intégrant un délai spatial. Le coefficient rhô de ce délai est positif et significatif au seuil de 5 %. Cela confirme l'existence d'une corrélation positive entre le taux d'immatriculation d'une MRC et celui des MRC voisines. Concernant les autres variables, on note peu de différences entre les deux régressions pour le REQ6.

Les deux dernières colonnes du tableau 10.9 montrent aussi les résultats pour la variable X1. Le coefficient rhô du délai spatial est aussi positif, mais non significatif. Ceci signifie que, lorsque l'on tient compte de l'ensemble des caractéristiques d'une MRC (variables indépendantes X), nous n'observons pas de corrélation spatiale entre le taux d'entreprises en croissance d'une MRC et de celles à proximité. Par contre, la prise en compte de ce délai spatial modifie légèrement les résultats.

**Tableau 10.9**
Régressions spatiales

| | | REQ.10 | REQ.11 | METRO | MTL | ÉLOIGNÉ | EUA(1) | EUA(2) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| CPOP | Croissance de la population totale, 2003 à 2008 | 10,839*** | 8,989*** | 10,789*** | 9,483*** | 10,153*** | 10,355*** | 12,038*** |
| POP2534 | Part de la population âgée de 25 à 34 ans, 2005 | 5,070* | 4,802** | 4,188 | 4,052 | 4,896* | 4,889* | X |
| EDUC | % de la population de 15 ans et plus possédant un diplôme postsecondaire, 2005 | 2,726* | 3,307*** | 2,810* | 3,883** | 2,955** | 3,121** | 8,790*** |
| IMMI | % de la population immigrante (racine carrée), 2005 | 8,766*** | 7,476*** | 7,501*** | 6,410*** | 8,328*** | 8,374*** | X |
| RURAL | % de la population habitant en zone rurale, 2010 | −0,458 | −0,348 | 0,182 | −0,177 | −0,520 | 0,429 | 0,735 |
| LOGP | % des logements privés et possédés, 2005 | 1,500 | 1,438 | −0,024 | 1,532 | 1,598 | 1,593 | 0,680 |
| DECO | Indice de dépendance économique, 2005 | −0,006*** | −0,005*** | −0,007*** | −0,006*** | −0,006*** | 0,006*** | X |
| COLLEGE | Présence d'un collège, 2010 | −0,245 | −0,206 | −0,283 | −0,174 | −0,216 | 0,221 | 0,299 |
| CCTT | Présence d'un centre collégial de transfert technologique, 2010 | 0,093 | 0,100 | 0,122 | 0,075 | 0,082 | 0,093 | X |
| %PME | Part de l'emploi total des entreprises de 0 à 99 employés, 2005 | 4,768*** | 4,381*** | 4,542*** | 4,543*** | 4,943*** | 4,762*** | 4,408*** |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SPEC | Indice de spécialisation, moyenne 2009-2011 | 0,902* | 0,730* | 0,927* | 0,700 | 0,688 | 0,792 | 0,031 |
| HERF | Indice Herfindahl, moyenne 2009-2011 | −0,003 | −0,003 | −0,004 | −0,003 | −0,004 | 0,003 | 0,003 |
| Constance | | −2,829*** | −2,833* | −1,546 | −1,509 | −2,702* | −3,103* | −3,440* |
| METRO | Variable auxiliaire par MRC membre de la région métropolitaine | X | X | 0,577* | X | X | X | X |
| MTL | Distance de Montréal (en log) | X | X | X | −0,242** | X | X | X |
| ÉLOIGNÉ | Variable auxiliaire pour l'éloignement des États-Unis | X | X | X | X | −0,247 | X | X |
| EUA (1) | | X | X | X | X | X | 0,025 | 0,169*** |
| Délai spatial (2) | X | 0,590** | X | X | X | X | X | |
| | N (MRC) | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 | 96 |
| | $R^2$ | 0,8644 | X | 0,8698 | 0,8742 | 0,8677 | 0,8652 | 0,7611 |
| | $R^2$ ajusté | 0,8429 | X | 0,8473 | 0,8525 | 0,8448 | 0,8419 | 0,7330 |

Note : Les coefficients bêta ont été standardisés.
Légende : * = $p < 0,10$ ; ** = $p < 0,05$ ; *** = $p < 0,01$ ; **** = $p < 0,001$ ; X = non pris en compte.

### *L'effet de la localisation des MRC dans la région métropolitaine ou de la proximité plus grande du marché américain*

Les colonnes suivantes mesurent l'incidence de diverses variables économico-géographiques caractérisant les petites régions québécoises. Par exemple, la proximité du Grand Montréal coïncide avec un niveau entrepreneurial élevé, comme nous pouvons le voir avec les colonnes METRO (à proximité de la métropole) et MTL (éloigné de Montréal) qui ont un coefficient significatif avec le signe attendu. Toutefois, la variable auxiliaire de « régions éloignées » (ÉLOIGNÉ), qui devrait montrer un signe négatif, n'est pas significative. Cela peut s'expliquer de trois façons. Premièrement, on trouve des régions éloignées avec des ressources minérales importantes qui ont bénéficié dans les dernières années d'une forte croissance du prix des matières premières, ce qui a favorisé la multiplication des petites entreprises dans ces MRC. Deuxièmement, à cause de la forte concentration de l'activité économique québécoise autour de Montréal, on peut penser que plusieurs déterminants inclus dans les régressions capturent la dimension métropolitaine, comme dans le cas des immigrants qui ont fortement tendance à s'installer dans les zones urbaines. Troisièmement, comme l'a montré le nouveau modèle économico-géographique de Krugman (1991) ou de Fujita, Krugman et Venables (1999), on sait que l'activité économique des grandes agglomérations entraîne une forte croissance démographique et un haut revenu par habitant, faisant en sorte que le niveau d'éducation soit aussi plus élevé. Ces éléments réduisent les répercussions des variables géographiques dans la régression.

De même, la proximité du marché américain ne semble pas influencer significativement l'entrepreneuriat dans la première régression. Cependant, avec un nombre réduit de variables (régression 2) pour mieux vérifier l'effet spatial sur les variables présentes, nous obtenons un résultat avec un coefficient significatif (0,169). Par contre, cela ne change rien pour les variables non significatives comme la faible densité de la population, la présence d'un cégep ou d'un centre collégial de transfert technologique, ou encore la spécialisation sectorielle.

Bref, on peut penser que la géographie joue un rôle dans le dynamisme entrepreneurial des MRC, même si cette dernière n'explique évidemment pas tout.

## Conclusion

Notre analyse montre que sur les vingt-trois variables retenues, six expliquent la plus grande partie des différences de dynamisme entrepreneurial entre les régions. Les trois premières touchent la démographie, soit la part des citoyens âgés de 25 à 34 ans, la croissance de la population et l'immigration, cette dernière étant en partie liée à la précédente.

Il faut toutefois être prudent avec ces déterminants qui sont probablement causes et effets du dynamisme entrepreneurial. D'un côté, une population en croissance, et plus jeune que dans des régions en décroissance démographique, veut dire un soutien plus grand de la demande pour les entreprises sur le marché régional, comme nous l'avons vu avec l'effet du revenu, et une offre de main-d'œuvre variée et potentielle pour les futurs entrepreneurs. Mais est-ce le dynamisme entrepreneurial qui attire et retient, par exemple, cette population des 25 à 34 ans, la plus susceptible de créer des entreprises, ou est-ce la création qui explique cette attraction et cette rétention ? Il n'est pas facile de répondre à cette question. Mais des travaux en sociologie, comme l'étude de Leclerc et Béland (2003), montrent que la présence d'emplois disponibles ne suffit pas à expliquer cette rétention et qu'il faut en plus « relier la population, notamment les jeunes, au monde » afin qu'elle puisse participer à ce qui se passe un peu partout sur la planète. Cette participation passe par la Toile, mais aussi par des troupes de théâtre et le passage de différents artistes dans les régions avec des festivals, de la restauration internationale et diverses occasions de s'ouvrir vers l'extérieur[13]. Sinon, les jeunes vont continuer à déménager dans les grandes villes, notamment les métropoles, pour avoir accès à ces multiples services socioculturels.

13. À noter que ce rôle culturel relève notamment de l'analyse de Florida (2001) et son « indice bohémien », analyse souvent décriée lorsque les critiques se limitent aux données purement quantitatives.

Quant à l'immigration, en plus des emplois disponibles et des possibilités locales de créer ou d'acheter des entreprises, les capacités d'accueil des citoyens de vieille souche sont importantes. Il est rare qu'en région, comparée aux grandes villes, on trouve un fort noyau d'immigrants pour retenir d'autres familles de même origine attirées par toutes sortes d'informations sur le pays d'accueil pour immigrer et par divers contacts pris par la suite.

Deux autres variables touchent la structure industrielle, et en particulier l'importance des PME dans le tissu industriel. Comme on l'a rappelé, les PME constituent la meilleure école pour les futurs entrepreneurs. C'est ce que Binet, Facchini et Koning (2010) expliquent en invoquant ce qu'ils appellent l'hypothèse Holcombe (1998), hypothèse qui note que plus il y a d'entrepreneurs dans une région, plus la création de nouvelles entreprises est forte. Pour les motifs que l'on vient d'invoquer, mais aussi parce que les entrepreneurs « gagnants » et cités plus ou moins souvent dans les médias servent d'exemple pour susciter et attirer d'autres entrepreneurs locaux ou ne résidant pas dans la région, ces derniers cherchant à profiter non seulement du marché dynamique, mais de la main-d'œuvre formée en partie par les autres entreprises (Shane, 2009). Ajoutons que cet effet joue aussi contre la forte présence des grandes entreprises offrant de la sous-traitance, mais limitant l'entrepreneuriat. Puisque, comme nous l'avons dit, les hauts salaires et autres avantages sociaux des grandes entreprises concurrencent indûment les salaires offerts par les petites entreprises tout en attirant les futurs entrepreneurs hésitant à prendre des risques pour des postes de cadres. La deuxième variable de ce type, soit une certaine proportion des entreprises dans les mêmes secteurs industriels, est toutefois peu discriminante et ne vaut que dans deux des modèles. Autrement dit, les régions seraient favorisées du point de vue économique avec assez, mais pas trop, de spécialisation.

La cinquième variable est un meilleur niveau de revenus et donc une plus faible dépendance aux transferts de l'État, sinon un taux de chômage moins élevé. Là aussi, la dynamique entrepreneuriale favorise de meilleurs revenus soutenant en contrepartie la demande et probablement

une plus grande capacité des jeunes à poursuivre des études avancées, études garantissant de meilleurs employés et indirectement un fort intérêt à entreprendre.

Ajoutons que la présence d'un collège et d'un centre collégial de transfert technologique, sachant que plusieurs des petites régions n'ont ni l'un ni l'autre tout en ne s'en trouvant pas très éloignées (puisque ces derniers sont bien dispersés sur le territoire), ne donne pas de résultat significatif, même si les variables sont positives, sauf pour les entreprises manufacturières en croissance dans le cas des centres collégiaux de transfert. Il est vrai que ces déterminants ont probablement des effets subtils et à long terme qui ne peuvent être pris en considération dans un modèle économique comme celui que nous avons présenté et, de surcroît, en coupe transversale (Lockett *et al.*, 2009).

À ces variables caractérisant l'environnement socioéconomique, il faut ajouter l'effet positif et significatif de l'entrepreneuriat des régions avoisinantes. Par une analyse spatiale, nous avons montré qu'il existe une corrélation entre nos mesures d'intensité entrepreneuriale d'une région et celles des régions proches. En ce sens, le soutien à l'entrepreneuriat dans une région donnée aura des effets sur les régions voisines, et vice-versa. Dans cette proximité, le voisinage d'agglomérations importantes, offrant services complexes et possibilité de débordement pour les citoyens en mal d'espace dans la MRC voisine, peut aussi favoriser l'entrepreneuriat tout en freinant certains services qui se retrouvent à côté. Il convient donc de tenir compte encore de ces effets contradictoires dans l'élaboration des politiques locales de développement.

Par contre, à première vue, la taille et le niveau d'intervention des systèmes d'aide locale ne semblent pas agir sur le dynamisme entrepreneurial, ce qui peut surprendre. Il est possible, encore une fois, que ce résultat découle de l'échantillon très réduit utilisé pour cette estimation. Nous discuterons de cela dans le chapitre suivant en nous arrêtant plus précisément sur des variables plus sociales et culturelles afin de compléter cette analyse quantitative et principalement économique.

## Annexe 1
## ANALYSE DE LA CORRÉLATION SPATIALE ENTRE LES MRC

Pour tenir compte de l'autocorrélation spatiale entre les MRC, nous avons utilisé la méthode des régressions spatiales. Le modèle standard de régression linéaire est défini de la façon suivante :

$$Y = XB_1 + \varepsilon$$

où Y est le vecteur contenant les valeurs de la variable dépendante (REQ6 ou X1), X une matrice contenant les variables indépendantes, B le vecteur des coefficients de régression, et ε le résidu supposé être identiquement et normalement distribué. Mais s'il existe une autocorrélation spatiale entre les MRC au niveau des variables dépendantes, comme nous l'avons confirmé au tableau 10.7, il est possible de démontrer que ce résidu ne sera pas identiquement et normalement distribué (Cliff et Ord, 1973).

Pour résoudre ce problème, nous effectuons une régression spatiale en ajoutant au modèle de régression standard un délai spatial de la variable dépendante (Koch et Grünhagen, 2009) :

$$Y = XB_1 + \rho(WY) + \varepsilon$$

où W est la matrice de proximité définie ci-dessus et rhô (ρ), le coefficient spatial. Le produit matriciel WY donne un vecteur dont chaque élément correspond à la moyenne de la variable Y pondérée par la distance qui sépare chaque paire de MRC, soit :

$$WY = \begin{bmatrix} WY_i = \sum_{j=1}^{95} Y_i * DIST_{ij} \\ WY_j = \sum_{j=1}^{95} Y_i * DIST_{jj} \end{bmatrix}$$

Chapitre 11

# Les variables qualitatives ou socioculturelles[1]

*Du moment où l'on traite en commun les affaires communes, chaque homme aperçoit qu'il n'est pas aussi indépendant de ses semblables qu'il se le figurait d'abord, et que pour obtenir leur appui, il faut souvent leur prêter son concours [...] et il découvrira, sans qu'on le lui montre, le lien étroit qui unit l'intérêt particulier à l'intérêt général.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, tome 2, partie 2, chap. IV, p. 169 et 171

Les analyses économiques que nous venons de présenter avancent plusieurs raisons pouvant expliquer pourquoi des régions sont plus entrepreneuriales que d'autres en ce qui concerne la création d'entreprises et le développement des entreprises manufacturières pérennes. Parmi ces raisons, on peut constater que la proximité de Montréal et Laval et leurs retombées en tant que pôles de croissance n'expliquent pas tout. Ainsi, comme nous pouvons le voir au tableau 10.3, des MRC au sud et au nord, comme Longueuil, Mirabel, Thérèse-de-Blainville ou Vaudreuil-Soulanges, profitent probablement de cette localisation puisqu'elles ont un taux de création annuel moyen pondéré dans les six secteurs (REQ6 : 6,65)

1. Une bonne partie de ce chapitre est tirée du rapport de Julien, Laurin et St-Pierre (2014).

relativement proche de ces deux grandes villes (7,93). De plus, la part de leurs entreprises manufacturières en croissance est de 33,3 %. Pourtant, d'autres MRC aussi proches comme Beauharnois-Salaberry, Deux-Montagnes, Lajemmerais et L'Assomption ont un taux de création de 33 % plus faible (4,48) et un taux de croissance de presque la moitié (17,8) des quatre MRC précédentes[2]. Ce qui veut dire que les autres variables, comme l'importance des immigrants ou la spécialisation moyenne industrielle jouent un fort rôle complémentaire. D'ailleurs, on peut voir que des MRC dans le giron de Montréal comme Francheville (Trois-Rivières) et Pierre-De Saurel sont encore moins dynamiques, avec des taux encore plus faibles, soit respectivement 3,11 et 2,59. On peut rattacher à ces dernières petites régions d'autres MRC dont le développement a été bâti sur la grande entreprise des secteurs primaires, comme les pâtes et papiers, l'aluminium ou la chimie, comme La Tuque (1,97), Le Saguenay-et-son-Fjord (2,86) et Shawinigan (2,60), soit même beaucoup moins que Rouyn-Noranda (3,42) avec une distance de la métropole encore plus grande dans ce dernier cas.

Cela s'explique par le fait que ces grandes entreprises ont freiné et freinent probablement encore l'entrepreneuriat en offrant des emplois avec de très bonnes conditions salariales et de forts avantages sociaux tant à des entrepreneurs potentiels qu'à des manœuvres, concurrençant ainsi les PME incapables d'offrir les mêmes conditions, du moins au départ ou dans les premières années. Mais, surtout, cette situation crée des comportements de dépendance envers ces grandes entreprises, générant une atmosphère industrielle peu favorable aux initiatives et formant un tissu industriel distendu et des institutions peu propices à la coopération et au réseautage informationnel, alors qu'on sait bien que cette coopération et ce réseautage sont à la source des opportunités d'affaires et de l'innovation. En d'autres mots, au-delà des variables économiques, il existe d'autres

2. Il est vrai que du côté de la part des entreprises manufacturières en croissance, Montréal et Laval ne sont pas beaucoup plus dynamiques avec un taux de seulement 18,7 %.

variables touchant les comportements et les attitudes envers l'entrepreneuriat, comme nous le rappelle l'image d'atmosphère industrielle dynamique d'Alfred Marshall.

Ces autres variables plus qualitatives devraient aider à comprendre pourquoi des MRC relativement semblables, du point de vue du dynamisme démographique et économique et de la structure industrielle, sont différentes du point de vue entrepreneurial. Ou en d'autres mots, pourquoi des MRC, avec des taux à peu près semblables touchant la croissance démographique, la présence de jeunes âgés de 25 à 34 ans, la concentration urbaine, le taux de chômage, les revenus moyens et la répartition du tissu industriel, ont-elles des taux de création d'entreprises qui diffèrent de façon relativement importante ? La réponse ne peut se trouver que dans des données non économiques, soit du côté socioculturel, ou des valeurs soutenant l'esprit entrepreneurial et la collaboration entre les acteurs sur un territoire.

Depuis quelques décennies, ce côté socioculturel est devenu de plus en plus présent dans les études en économie régionale, comme le rappellent plusieurs numéros thématiques sur le sujet dans les revues scientifiques, ou comme l'explique une partie des déterminants à rechercher dans l'étude en cours de l'OCDE-Eurostat (OCDE, 2011).

Ce chapitre porte donc sur ces variables socioculturelles. Il comprend trois parties, soit une discussion sur les fondements théoriques qui sous-tendent cette analyse ; puis, quelques éléments de mesure qualitative utilisés dans diverses études et, enfin, les résultats d'une étude exploratoire que nous avons réalisée auprès d'acteurs économiques et de citoyens de deux petites régions du Québec comparables sur les plans démographiques et économiques, mais distinctes sur le plan de l'entrepreneuriat. Les résultats de cette étude nous permettront de tracer de nouvelles voies d'investigation pour mieux comprendre les déterminants de l'entrepreneuriat et d'identifier de nouveaux facteurs susceptibles de le stimuler. Commençons par distinguer les théories sous-jacentes à cette analyse qualitative.

## 11.1. Les théories sous-jacentes aux dimensions socioculturelles

Les chercheurs qui se sont arrêtés dans les dernières décennies sur les éléments qualitatifs permettant de distinguer les territoires et touchant à la culture entrepreneuriale, l'ont fait à partir de deux approches ou théories. La première relève de certaines qualités ou dimensions qui seraient particulièrement présentes chez une majorité de citoyens, ce qu'on peut appeler la théorie individualiste. La seconde approche explique que des comportements sociaux allant au-delà des individus feraient en sorte que la création et le développement des entreprises soient facilités dans certains territoires et moins dans d'autres, soit la théorie socioculturelle.

### 11.1.1. La théorie individualiste

La première théorie peut être rattachée à l'hypothèse[3] de l'éthique protestante de Max Weber que l'on peut simplifier en considérant que l'esprit puritain, présent au XIX^e^ siècle en Angleterre chez un grand nombre d'individus, encourageait fortement le travail et l'épargne chez les entrepreneurs et, en même temps, l'exploitation poussée des ouvriers afin que tous puissent y gagner leur ciel[4]. Ces comportements auraient permis l'accumulation du capital pour pouvoir ensuite acheter et diffuser rapidement les nouvelles technologies, notamment dans les usines de textile

3. Pour Max Weber (1964 [1905]), comme Wallerstein le rappelle, l'importance culturelle du protestantisme, ou plutôt du puritanisme, pour expliquer la révolution industrielle anglaise au XIX^e^ siècle, n'est qu'une hypothèse. Weber ne disait-il pas que « l'esprit puritain n'a jamais fait ouvrir une seule mine, ou allumé un seul haut fourneau » (Wallerstein, 1990, p. 114). Ce sont ses premiers disciples, notamment Sombart et Offenbacher, qui en ont fait l'explication première de cette révolution et qui l'ont propagée dans les milieux universitaires en simplifiant ainsi l'analyse de leur maître. Ce qui a amené de nombreux chercheurs à réfuter par la suite cette approche, tel MacFarlane (1987), même si elle continue d'être considérée presque comme un dogme par plusieurs.

4. On peut simplifier cette éthique en recourant au vieil adage socioreligieux affirmant que « la paresse est la mère de tous les vices » et que, par conséquent, son contraire, le travail, serait ainsi la source de toutes les vertus.

et de vêtement, le tout expliquant la première grande révolution industrielle dans ce pays. Ajoutons que derrière cette analyse des comportements individuels qui se prétend sociale, on trouve l'égoïsme ou la recherche des intérêts individuels qui se confondraient avec l'intérêt général, selon la théorie utilitariste de Jeremy Bentham (2000 [1787]). C'est aussi l'approche économique néoclassique ou néolibérale qui limite l'entrepreneuriat à la volonté des individus de créer et de diriger une entreprise et à leur capacité d'affronter l'incertitude, plutôt que, par exemple, travailler pour un patron ou une organisation publique en minimisant ainsi le risque. Ce serait donc le cumul dans la société de ces comportements individuels favorables à l'entrepreneuriat qui expliquerait ce dernier.

C'est l'analyse de Hofstede (1987, 1994) qui incarne le mieux cette façon d'expliquer l'entrepreneuriat. Arrêtons-nous sommairement à cette dernière, étant donné qu'elle est encore très utilisée dans de nombreux travaux malgré ses limites et qu'elle s'apparente à l'École des traits des entrepreneurs, mais en les appliquant aux citoyens. Précisons que cette école, fortement critiquée[5], est toujours utilisée[6].

Hofstede considère que certains comportements individuels seraient particulièrement efficaces pour promouvoir la création et la gestion d'entreprises, et plus ces comportements seraient présents dans une population, plus celle-ci serait entrepreneuriale. Après avoir étudié les différences dans le comportement chez les directions des filiales d'une multinationale dans une quarantaine de pays, il explique à bon droit qu'il serait naïf de considérer leur gestion comme la même partout. Pour lui, les différences culturelles présentes chez le personnel de ces dernières peuvent être distinguées selon quatre dimensions, soit : 1) l'individualisme

5. Notamment par Gartner (1990) qui explique que ce n'est pas ce que sont les entrepreneurs qui est important, mais ce qu'ils font. Il en serait ainsi de même des citoyens envers la culture entrepreneuriale.

6. Par exemple, dans le numéro spécial de la revue *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 25, nos 9-10, 2013, sauf pour l'article de Spigel.

vis-à-vis du collectivisme ; 2) le pouvoir ou la distance hiérarchique ; 3) les façons de faire face à l'incertitude, seul ou collectivement, ou l'attitude face au risque ; et finalement 4) la masculinité contre la féminité.

Ainsi, les sociétés plus individualistes favoriseraient la recherche d'objectifs personnels et la compétitivité au détriment des intérêts sociaux. Quant à la distance hiérarchique, elle serait liée à la manière dont la société traite les inégalités, le pouvoir et la richesse. Moins une société serait hiérarchique, plus y trouverait-on de futurs entrepreneurs comptant plus sur leurs propres revenus et emprunts pour créer et développer leur entreprise afin d'assurer leur bien-être ; à l'encontre des sociétés où la richesse provient surtout du patrimoine cumulé par les générations ou encore de l'État-providence. La troisième dimension, le contrôle de l'incertitude, serait liée au sentiment de sécurité des citoyens par rapport au présent et au futur et ainsi au recours plus ou moins grand aux institutions pour assurer celle-ci au détriment de l'entrepreneuriat. Elle révélerait par conséquent la capacité des citoyens à prendre des risques et à en assumer les conséquences. Enfin, pour Hofstede, les sociétés masculines seraient caractérisées par des valeurs sociales traditionnelles comme le besoin de gagner beaucoup d'argent, valeurs mettant en évidence, par exemple, le héros schumpétérien de l'entrepreneur ; mais aussi par le type de comportements que privilégient les individus entre eux, ceux-ci étant plus transactionnels que relationnels (García-Cabrera et García-Solto, 2008).

Cette approche fonctionnaliste[7] et ces dimensions ne tiennent pas compte des autres formes d'entrepreneuriat comme l'entrepreneuriat social ou politique et oublient les sous-cultures régionales ou encore

7. À titre de rappel, le fonctionnalisme conçoit la société comme un système d'équilibre dans lequel la stabilité relative repose sur l'intégration de ses composantes. Ainsi, pour Talcot Parsons (1951), toute société relèverait de la multiplicité des actions des individus qui en font partie, actions s'influençant plus ou moins directement les unes les autres tout en affectant leurs propriétés physiques. Cette théorie privilégie ainsi les mécanismes d'adaptation et d'intégration individuelle plutôt que les influences sociales agissant sur les individus.

les cultures des minorités présentes dans tous les pays (Julien, Marchesnay et Vier Machado, 2010 ; Klyver et Foley, 2012). De plus, elles font fi de l'évolution des cultures (Kirkman, Lowe et Gibson, 2006) et escamotent les diverses histoires et expériences des entrepreneurs, notamment sur le plan international, les obligeant à prendre en considération d'autres cultures. Mais surtout, elles simplifient terriblement la réalité sociale (Baskerville, 2003 ; Williamson, 2002) et ainsi toute la complexité de l'entrepreneuriat formé de milliers d'entreprises de tous genres plus ou moins adaptées à des territoires et marchés avec différentes formes de demande et de concurrence (McSweeny, 2002). On n'a qu'à penser au petit garagiste ou à la petite boutique de vêtements usagés de son quartier, représentant une bonne partie des 70 % des toutes petites entreprises composant le tissu industriel de chaque région dans lequel on aurait beaucoup de difficultés à trouver les quatre caractéristiques de Hofstede. Cela vaut également pour les entreprises manufacturières de taille moyenne dirigées par des femmes à la deuxième génération et qui copient le modèle de gestion de leur père, qu'elles ont pu côtoyer pendant de nombreuses années. On n'y verrait pas nécessairement une direction « plus féminine » selon les paramètres de Hofstede.

En fait, comme l'expliquent, par exemple, Malecki (1997), Nijkamp (2003), Steyaert et Katz (2004) ou encore Freitag et Thurik (2010), l'entrepreneuriat résulte d'un processus tant individuel que social : plus de création d'entreprises favorise la multiplication des institutions et augmente les ressources disponibles dans un milieu régional, et plus de ressources et d'institutions stimulent la création et le développement des entreprises de toutes sortes. D'ailleurs, nous avons bien expliqué ce processus circulaire, par exemple, en mettant en exergue le rôle des PME comme un des meilleurs systèmes de formation des futurs entrepreneurs en fonction des différentes PME existantes.

### 11.1.2. La théorie socioculturelle

C'est sur ce processus disparate tenant compte de l'environnement que repose la deuxième théorie. Elle relève tant de la critique de Weber par le philosophe allemand Jürgen Habermas, notamment la vision de ce dernier sur la rationalité, que de l'étude historique du capitalisme par l'historien Fernand Braudel. Mais elle provient aussi de la vision sociale du sociologue Pierre Bourdieu.

Pour Habermas (1987a et b), la rationalité et ainsi les comportements qui en découlent ne peuvent être que collectifs. Cette rationalité relève de l'atavisme, il est vrai, mais aussi de la famille, des amis (famille et amis étant à leur tour influencés par leur communauté), de la formation initiale, des rencontres diverses et du vouloir plus ou moins partagé, soit de l'*inné*, de l'*acquis* et du *construit* par la suite et qui influencent systématiquement les comportements de tout citoyen et, par conséquent, de tout entrepreneur dans son milieu. C'est à travers un apprentissage collectif que les individus effectuent cette rationalisation des images du monde qui les fait agir, comme créer une entreprise ou s'engager comme travailleur dans une entreprise existante. Cet apprentissage sert à diminuer l'incertitude et l'ambiguïté, et à soutenir les choix et l'action, comme le rappelle Hodgson (1988) pour expliquer le rôle des institutions sur les individus dans le développement du capitalisme.

Cette rationalisation devient ainsi un *construit* social dont l'analyse permet de mieux comprendre le processus d'apprentissage des individus à base de relations interpersonnelles (comme dans divers types de réseaux), soutenues ou freinées par des normes techniques et des règles et conventions sociales (ou un langage commun). Le succès ou l'échec de l'action qui s'ensuit pour l'entrepreneur est par conséquent tributaire des actions des autres acteurs[8], lesquels entretiennent, ou non, la conviction

8. Par exemple, des parties prenantes, des fournisseurs et équipementiers, des transporteurs, des distributeurs, mais aussi des concurrents, des membres des réseaux, etc.

que « cela va marcher », permettant à cet entrepreneur de dépasser l'incertitude dans l'économie pour ainsi créer son entreprise. Quitte à ce que cette conviction partagée conduise à l'échec.

Ainsi, l'intensité de l'entrepreneuriat sur un territoire dépend notamment de la qualité et de l'intensité de la coopération, de l'intercommunication dans le milieu, de la capacité des normes et conventions liées à l'ensemble des valeurs de la communauté (l'ethos) à soutenir le changement technologique et organisationnel et, finalement, d'un environnement propice ou non à la création et à la poursuite entrepreneuriale fournissant du capital social facilitant et des réseaux informationnels riches. Ce qui pousse un plus grand nombre d'acteurs à croire que « cela va marcher », croyances encouragées par toutes sortes de ressources disponibles dans le milieu durant la naissance et les premiers pas de l'entreprise, comme des idées d'opportunités et un soutien à l'innovation. Ce qui génère finalement une culture entrepreneuriale dynamique sur ce territoire.

Pour sa part, Braudel (1979, 1985), dans sa grande fresque de l'histoire du capitalisme mondial du XV^e^ au XVIII^e^ siècle, a montré qu'il existe deux grands types de capitalistes et donc d'entrepreneurs, soit ce qu'il appelle les *marchands* et les *négociants*. Les premiers sont intimement liés à leur communauté et agissent, volontairement ou obligatoirement (si la famille ou la communauté l'exige plus ou moins[9]), en essayant le mieux possible de respecter leurs commettants, leurs clients, pour répondre à leurs besoins et ainsi conserver et augmenter leur clientèle[10]. Les caractéristiques de ces entreprises sont la proximité avec leurs employés ainsi que leur flexibilité et leur capacité à innover de façon souvent diffuse pour suivre l'évolution des besoins de leurs clients (Torrès et Julien, 2005). Ce sont en bonne partie les entrepreneurs des entreprises des secteurs *banals*

9. Comme on le voit par les milliers de citoyens des pays pauvres du Sud qui cherchent à immigrer, la famille cumulant les sous pour payer les « passeurs », avec la promesse de retourner une grande partie de leurs gains afin de faire vivre la famille, comme nous l'avons rappelé plus haut.

10. C'est pourquoi on parle pour ces clients d'achalandage tiré du vieux sens de *chaland*, soit les acheteurs habituels d'un marchand ou ceux qui passent et s'arrêtent devant sa boutique.

offrant biens et services aux citoyens, mais aussi les entreprises produisant des biens pour les marchés hors région mais tenant compte des valeurs et des besoins régionaux, tout en profitant, en échange, du capital social fourni par la région. Pour leur part, les *négociants* ont à peu près pour seul objectif de faire de l'argent[11] en échangeant sur le marché biens et produits, quels qu'ils soient. Et pour mieux gagner, ils recherchent systématiquement des positions monopolistiques, soit la meilleure façon de contrôler le marché et ainsi l'incertitude, comme le reconnaissait même Adam Smith il y a plus de 200 ans[12].

Ainsi, pour Braudel, les dimensions à la Hofstede ne peuvent s'appliquer indifféremment à ces deux types d'entrepreneurs et ainsi à l'évolution de l'entrepreneuriat selon les territoires et les époques, comme on peut bien le comprendre ; et le social ou les valeurs partagées jouent un rôle important pour justifier ou non les deux types de capitalistes.

Enfin, pour Bourdieu (1980a, 1980b, 2000), ou encore pour Coleman (1988) ou Putnam (1995), derrière tout entrepreneur, quel qu'il soit, qui développe son entreprise dans une communauté ou un territoire, il y a sa légitimité qui relève nécessairement de la culture[13] de cette communauté, complétée ou confrontée par les cultures marginales qu'on y retrouve et celles portées par les communautés environnantes et nationales,

11. Ce qu'explique bien l'historien Jacques Le Goff (1956), spécialiste du Moyen Âge, dans son petit livre *Marchands et banquiers du Moyen Âge*. Au chapitre III, portant sur la mentalité et l'éthique des marchands, il utilise bien ce mot, mais c'est vraiment des négociants dont il parle, notamment quand il explique aux pages 84-85 leur « amour forcené de l'argent ».

12. « Les gens du même métier se rassemblent rarement même pour se divertir et prendre de la dissipation, sans que la conversation aboutisse à une conspiration contre le public, ou à quelque invention pour renchérir leur travail » (Smith, 1783 [1776], p. 142).

13. Précisons que par culture, nous entendons un schéma inconscient de valeurs qui guide les activités de la vie d'une communauté ou d'une société plus large. Elle introduit un ordre symbolique, ce qui touche au sens. Elle relève d'une certaine programmation mentale collective et relativement stable, provenant des traditions ou des façons de penser communes, avec des institutions qui limitent ou renforcent celle-ci (Cuche, 1996 ; Greiff, 1994). Dumont (1968, p. 21) résume ces idées en expliquant que « la culture est ce qui confère la signification au monde ».

ce qui explique l'évolution de cette culture à cause de la concurrence des autres cultures. Cette culture est évidemment collective et facilite ou restreint l'agir des individus (Portes, 1998).

En ce qui concerne particulièrement la culture entrepreneuriale, Bourdieu s'arrête à trois éléments, soit les règles de jeu ou la *doxa* acceptées par la communauté pour faire des affaires, les *habitus* des acteurs et notamment leur statut ou position dans la hiérarchie communautaire leur donnant plus ou moins les pouvoirs pour agir et, enfin, le *capital social* facilitant plus ou moins la création et le développement des entreprises. Ce capital social est complexe et comprend les symboles, la notoriété, les ressources humaines, le capital financier, la légitimité, mais aussi les réseaux, qu'ils soient purement organiques avec des collaborations multiples interfamiliales, comme cela a été étudié par Berger (1993), ou qu'ils ne soient utilisés que pour les affaires.

Dans le premier cas, une faible compréhension des règles du jeu explique la difficulté des entrepreneurs à agir. C'est particulièrement vrai pour les jeunes entrepreneurs qui ne savent pas bien comment agir, par exemple vis-à-vis des banquiers ou de ceux qui pourraient les aider dans leurs démarches. Pensons à certains pays ou secteurs où la corruption est très importante et comporte ainsi des façons de faire particulières qui changent selon les milieux et les réseaux criminels, augmentant fortement l'incertitude (Rehn et Taalas, 2004). C'est pourquoi un mentor peut être si utile aux nouveaux entrepreneurs, en particulier pour les aider non seulement à ouvrir les portes, mais à ouvrir les *bonnes portes* et pour leur apprendre à se comporter vis-à-vis des interlocuteurs assis derrière ces portes avant de lancer ou de développer leur affaire. C'est aussi ce qui explique pourquoi les entrepreneurs provenant d'une famille entrepreneuriale sont favorisés à cause du partage graduel de cette *doxa* dans cette famille. Ajoutons aussi que les grandes entreprises présentes dans une région, avec une direction située généralement hors de la région sinon du pays, respectent beaucoup moins les règles du jeu et compliquent ainsi le développement des PME en fractionnant le tissu social et en diminuant la proximité cognitive avec les ressources.

Dans le deuxième cas, le statut, soit direct, soit sous recommandation, peut non seulement favoriser la légitimité sinon la notoriété, mais aussi faciliter les contacts pour ouvrir des portes et diminuer possiblement le coût des transactions grâce cette recommandation. C'est pourquoi, dans ces milieux, les emprunts sont plus faciles, les ressources plus disponibles et souvent moins chères ; même les échecs sont acceptés avec une aide complémentaire pour passer à travers, etc. C'est ce qu'on appelle le capital social.

Ce capital social est vu en particulier dans le troisième cas. Dans les milieux où un fort capital social est disponible, l'entrepreneuriat est soutenu et stimulé. En d'autres mots, dans ces territoires, il est plus facile et plus rapide de créer ou de développer une entreprise, sachant que le temps est souvent la clé nécessaire pour affronter la concurrence et saisir les opportunités (Julien, 2010). En particulier, le capital social facilitant, tant symbolique que matériel, aide à diminuer l'incertitude[14] et permet d'être plus entreprenant pour agir hors de la région, pour « exporter » et pour y multiplier les emplois.

Pour résumer, l'approche à la Hofstede est trop générale et même simpliste. Surtout, elle est inapplicable au niveau des régions[15], puisqu'on peut supposer que ces dernières sont composées majoritairement de citoyens aux caractéristiques plus ou moins semblables et porteurs de la même culture et rationalité individuelle et collective. Même si, au chapitre précédent, nous avons mis en évidence l'importance des immigrants

14. Par exemple, pour attirer, retenir et bien gérer les employés (Loubès, Bories-Azeau et Fabre, 2012).

15. C'est aussi la conclusion de l'étude de Barbosa *et al.* (2010) utilisant l'approche de Hofstede, pour en arriver à une absence relative d'effets directs de la culture individuelle sur l'intention d'entreprendre. Cette étude recourt à une grille d'analyse pourtant plus complexe que la grille de Hofstede. Mais il faut ajouter qu'à l'exemple de plusieurs autres études utilisant l'approche de Hofstede, ces chercheurs appliquent leur grille à une enquête auprès d'étudiants qui ne deviendront pas nécessairement des entrepreneurs, minimisant ainsi la difficulté d'enquêter directement sur la vraie réalité, ce qui vicie particulièrement ces analyses.

dans l'entrepreneuriat, parce qu'ils apportent souvent de nouvelles façons de voir et démontrent une certaine ouverture des citoyens s'ils sont bien acceptés. De plus, chacune des régions comprend des structures industrielles différentes qui influencent les dynamiques socioéconomiques particulières. Au contraire, des analyses comme celle de Bourdieu demandent de dépasser ces caractéristiques individuelles plus ou moins similaires pour inclure des comportements généraux dépassant les individus et s'appliquant à la collectivité et à sa façon de voir l'entrepreneuriat. Ces comportements pourront être soutenus par des normes ou conventions, des ressources et des réseaux.

D'ailleurs, c'est justement sur le plan régional ou local que l'on peut comprendre le mieux les différences culturelles réellement collectives du point de vue de l'entrepreneuriat, comme le rappelle Spigel (2013, p. 807). C'est aussi la meilleure façon d'expliquer des phénomènes comme les districts industriels, dont nous avons discutés en introduction, ou les systèmes productifs locaux dont parlent Loubès, Bories-Azeau et Fabre (2012) à propos de l'apport du capital social pour améliorer la gestion des ressources humaines dans les PME qui les constituent, ou encore comme des petites régions se distinguant fortement des autres, telle la Beauce au Québec durant les années 1980-2000 (Carrier, 1992 ; Palard, 2009).

Bref, la culture entrepreneuriale relève, d'une part, de croyances partagées, comme l'idée que l'entrepreneuriat puisse être le mécanisme privilégié du développement sur un territoire. D'autre part, elle suppose une certaine conviction commune que les PME sont aussi ou même plus souhaitables que les grandes entreprises, à cause de leur encastrement et donc de leur meilleur respect du tissu social et industriel régional, par exemple. Elle dépend donc de normes ou de conventions facilitant ou non la création et le développement des entreprises. Cette culture collective explique beaucoup mieux les différences entrepreneuriales que les différences individuelles, quelle que soit l'importance de ces dernières dans la population (Begley et Tan, 2001).

## 11.2. Les éléments socioculturels de l'entrepreneuriat

À partir de cette dernière approche, quels sont les éléments à prendre en compte, favorisant l'entrepreneuriat, et comment les évaluer ? Pour répondre à ces questions, il faut d'abord rechercher les études portant sur ces éléments pour voir comment ils ont été mesurés, en comprenant bien qu'ils relèvent avant tout d'analyses sociologiques en lien avec la théorie bourdieusienne, mais de façon plus simplifiée. Par la suite, nous préciserons les mesures que nous avons retenues.

### 11.2.1. La mesure des éléments socioculturels dans la littérature

Notons en premier lieu que, malgré de nombreuses lectures sur le sujet, il nous est apparu que peu de chercheurs se sont penchés ou ont réussi à développer des mesures relativement précises sur cette culture entrepreneuriale collective. C'était probablement à prévoir, compte tenu du caractère nécessairement diffus et encore relativement imprécis des concepts sous-jacents, à l'encontre de la culture individuelle à la Hofstede qui se mesure relativement facilement avec ses quatre dimensions.

Nous nous sommes arrêtés ici à trois études : Flora et Flora (1993), Jean (2009) et Stone (2001). À noter que les deux premières se sont limitées aux milieux ruraux, la troisième s'intéressant avant tout à la mesure du capital social.

Pour Flora et Flora (1993), la culture entrepreneuriale repose, dans ces milieux, sur trois éléments. On trouve d'abord la diversité symbolique qui se manifeste, par exemple, entre les générations et avec l'arrivée de nouveaux résidents, notamment ceux venant de la ville. La mesure porte, premièrement, sur la capacité des médias locaux à concilier les intérêts, en rappelant l'importance de respecter les us et coutumes des populations de souche tout en présentant les avantages à accepter certaines nouvelles façons de voir le développement pour faciliter ce dernier. Deuxièmement, elle s'arrête sur les capacités de mise en œuvre des ressources disponibles, en particulier le capital financier privé et celui provenant des institutions

publiques territoriales. Troisièmement, elle analyse les réseaux existants, soit horizontaux, entre les acteurs de la communauté, soit verticaux, en lien avec les réseaux extérieurs, qui fournissent information et idées pour soutenir le développement endogène et donc la création d'entreprises.

De façon plus concrète, ces mesures touchent ainsi le degré d'ouverture des citoyens aux idées nouvelles, notamment en évaluant leur volonté d'écouter les jeunes et d'accueillir les gens venant de l'extérieur de la région, en particulier les immigrants. Ensuite, ces mesures tiennent compte des capacités des membres de la communauté à travailler ensemble en mesurant, par exemple, l'importance du bénévolat dans le milieu. De même, elles portent sur les capacités à mobiliser les ressources locales tant humaines (notamment en savoir, selon le niveau d'éducation, et en disponibilité temporelle), que financières. Enfin, elles estiment les possibilités d'obtenir l'aide des gouvernements supérieurs. Évidemment, les résultats sont évalués selon que la communauté préfère être à l'avant-garde ou, au contraire, attendre que les autres régions fassent des expériences qu'elle pourra copier ou dont elle pourra s'inspirer. L'analyse de tous ces éléments doit aussi permettre d'évaluer les possibilités d'orienter différemment l'entrepreneuriat si une volonté relativement partagée dans la communauté à cet effet existe et transparaît.

Jean (2009) a appliqué cette approche avec ses collègues dans l'étude du dynamisme des milieux ruraux canadiens. Toutefois, il ajoute à cette approche une analyse préliminaire sur l'état de l'économie des territoires pour savoir s'ils sont en déclin, en stagnation ou déjà en développement. Par la suite, il essaie de mesurer, d'abord, le recours au savoir et au savoir-faire de la population. Ensuite, il s'arrête à la communication dans la communauté favorisant l'échange et le soutien aux initiatives et à l'action. Il estime aussi l'écosystème de santé qui favorise ou non le dynamisme des citoyens. Enfin, il tente de comprendre la complexité du tissu industriel qui peut plus ou moins favoriser la synergie pour soutenir l'entrepreneuriat.

Enfin, Stone (2001) explique que dans le cas du capital social, on doit distinguer la structure des relations sociales de leur niveau ou de leurs qualités. Ces relations sont basées sur la confiance et la réciprocité. Une structure variée et des relations fortes permettent le développement par l'entrepreneuriat en regroupant les ressources collectives, en particulier financières et en savoirs, et en mettant celles-ci en action. La mesure porte particulièrement sur le nombre de personnes qui échangent et la densité, la fréquence et la variété des liens, de même que l'étendue sociale et l'ancrage ou la répétitivité des contacts. Plus les personnes impliquées dans l'échange sont nombreuses, instruites et venant de différents milieux sociaux, plus leurs contacts sont fréquents et répétés, plus le capital social est fort. On voit ici que derrière le capital social, on trouve à nouveau les réseaux qui peuvent être mesurés par le nombre d'associations, le nombre de partenaires chez ces derniers, leur ouverture ou non aux nouvelles idées et la présence de membres différents venant d'horizons divers.

Nous aurions pu ajouter à ces sources l'étude d'Audretsch et Keilbach (2005). Ces auteurs expliquent que le capital social se mesure en particulier par la capacité des communautés à soutenir le risque et à favoriser les profits en fournissant des soutiens légaux, institutionnels et sociaux, pour générer de nouvelles entreprises. Mais la plupart des variables retenues par ces chercheurs sont finalement très indirectes, tels le nombre de travailleurs engagés dans la recherche et le développement, la présence de capitaux disponibles pour le démarrage d'entreprises, l'hétérogénéité des entreprises créées, etc., ce qui ne permet pas de bien mesurer la culture entrepreneuriale.

### 11.2.2. Les éléments retenus

Il semble donc difficile de reprendre intégralement les mesures précédentes, comme l'effet des journaux locaux, celui d'une bonne santé des citoyens, ou encore l'effet d'un plus grand savoir de la population sur l'ouverture à l'entrepreneuriat dans les MRC québécoises. Pour cela, il faudrait d'abord effectuer une analyse complexe et comparée de l'influence

des médias selon les territoires, ce qui est particulièrement difficile puisque des chroniques sur le succès des entreprises locales, par exemple, sont généralement sporadiques et plus ou moins importantes. Quant à la question de l'état de santé des citoyens, celle-ci a quelque peu été couverte au chapitre précédent par la variable touchant la présence des jeunes de 25 à 34 ans (POP2534) ou encore par la croissance démographique (CPOP)[16], puisqu'on considère qu'une population plus jeune est généralement plus en santé qu'une population plus vieille. Enfin, si l'on considère la variable de la part de la population possédant un diplôme secondaire (EDUC), nous avons tenu compte de la capacité en savoir de la population. Mais, cela ne nous aide pas, par exemple, lorsqu'on veut comparer les règles du jeu ou le niveau de culture entrepreneuriale, le nombre et la qualité des réseaux des entreprises, ou encore la présence plus ou moins importante de capital social.

Pour ce faire, nous avons réalisé une enquête dans deux MRC auprès d'acteurs comprenant des intervenants socioéconomiques et des entrepreneurs à partir d'une grille d'entrevue de plus d'une heure. Ces acteurs ont été choisis par effet boule de neige à partir du responsable du Centre local de développement qui a identifié des personnes à même de bien connaître la dynamique entrepreneuriale dans la région, noms qui ont été confirmés ou corrigés à mesure que nous rencontrions d'autres intervenants ou entrepreneurs. Nous avons ainsi interrogé 16 répondants dans la première MRC et 14 dans la seconde[17], séparés dans les deux cas uniformément entre intervenants et entrepreneurs.

La grille d'entretien portait d'abord sur les règles du jeu ou le niveau de culture entrepreneuriale tant chez les entrepreneurs que dans la population, ensuite sur la capacité de réaction aux coups durs et au changement, enfin sur le capital social, en particulier sur les réseaux tant pour soutenir

16. Par exemple, on peut supposer qu'une bonne croissance démographique entraîne un renouvellement de la population avec l'arrivée d'enfants, rajeunissant ainsi la pyramide des âges.

17. À noter que les répondants n'ont pas nécessairement répondu à toutes les questions. Leur nombre est indiqué pour chaque question.

le financement que pour partager l'information afin de favoriser l'innovation et de profiter des opportunités. Nous avons aussi discuté du rôle des institutions d'enseignement et de recherche à ce dernier propos.

Nous avons aussi demandé aux répondants de nous parler des événements marquants dans la région ayant affecté l'entrepreneuriat. Par la suite, nous leur avons demandé de décrire les forces et les faiblesses socioéconomiques de la région et de dresser la liste des entreprises entraînantes par rapport aux autres entreprises, touchant ainsi la question de la hiérarchie économique. La grille d'entrevue est reprise à l'annexe 1.

## 11.3. Les résultats

Les résultats sont exploratoires puisqu'ils se limitent à l'application de ces mesures dans deux MRC seulement. Ces MRC sont relativement semblables tant du point de vue démographique (croissance de la population, ruralité et part des immigrants) et économique (niveau de revenu et taux de chômage ou de dépendance au soutien de l'État) qu'en matière de structure industrielle (part de l'emploi provenant des PME et niveau de diversification sectorielle). En particulier, ces deux MRC comptent une part importante de leur population en milieu rural et possèdent une ou deux petites villes seulement, avec une population totale de moins de 20 000 habitants. De plus, elles font partie de la concentration traditionnelle du Québec industriel le long du Saint-Laurent tout en étant relativement proches de moyennes agglomérations qui peuvent leur fournir, au besoin, des ressources complémentaires. Ces deux MRC se distinguent toutefois de façon significative lorsqu'il s'agit d'entrepreneuriat. La MRC que nous dénommerons A pour préserver l'anonymat a un taux annuel moyen d'inscription d'entreprises (REQ6)[18] de 21,4 % plus élevé que la MRC B. En contrepartie, cette dernière a plus d'entreprises manufacturières en croissance, soit 27,3 % de plus que la MRC A.

18. À titre de rappel, seules les créations d'entreprises dans les secteurs manufacturier, financier, de transport, de communication, de commerce de gros et de services aux entreprises sont retenues pour ce taux de création d'entreprises.

### 11.3.1. L'enquête auprès des intervenants et des entrepreneurs

D'entrée de jeu, comme on peut le voir au tableau 11.1, signalons une forte différence d'appréciation de la culture entrepreneuriale entre les répondants des deux régions. Ainsi, cette culture serait plus affirmée dans la MRC A[19], alors que 10 répondants sur 15 la qualifient de « favorable » contrairement à seulement 2 répondants sur 14 dans la MRC B ; ce qui peut surprendre compte tenu d'une plus grande part d'entreprises en croissance dans cette dernière région. Les répondants sentent aussi que la population de la MRC A démontre une appréciation plus favorable à l'entrepreneuriat et au milieu des affaires que celle de la MRC B. Dans ce dernier cas, un des entrepreneurs de B nous disait : « *Il y a ici des entrepreneurs, mais pas de culture d'entrepreneuriat.* » Un autre, dans la même MRC, expliquait qu'il y était difficile de trouver des mentors et des mentorés, signifiant ainsi le peu d'engagement du tissu industriel à l'entrepreneuriat. Évidemment, une telle appréciation peut être un facilitateur à s'engager dans une carrière entrepreneuriale sachant que le « milieu » accueillera favorablement une telle décision.

**Tableau 11.1**
Évaluation du niveau de culture entrepreneuriale dans la MRC

| **Q : Quelle est l'image en général des entrepreneurs dans la population de votre MRC ?** | | Ne sait pas | Négative | Indifférente | Favorable | Particulièrement favorable |
|---|---|---|---|---|---|---|
| MRC A (15 répondants) | *n* | 0 | 2 | 3 | 10 | 0 |
| | % | 0 % | 13 % | 20 % | 67 % | 0 % |
| MRC B (14 répondants) | *n* | 0 | 5 | 8 | 2 | 0 |
| | % | 0 % | 33 % | 53 % | 13 % | 0 % |

19. L'appréciation de la culture entrepreneuriale a été mesurée, sur une échelle de 1 (faible) à 4 (particulièrement forte), par la question suivante : « Comment évaluez-vous le niveau de culture entrepreneuriale dans votre MRC ? » L'intervieweur expliquait au préalable que cette culture entrepreneuriale se définissait comme « *un sentiment relativement partagé dans la population et favorable aux entrepreneurs et à leurs entreprises les encourageant à créer et à développer l'économie de la région* ».

Cette appréciation se transpose aussi dans la population, selon ces répondants (tableau 11.2). Ainsi, plus des deux tiers dans A considèrent que cette population a une opinion favorable envers les entrepreneurs et le milieu des affaires, et seulement 7 % la voient faible ; alors que cette proportion de citoyens « favorables » envers l'entrepreneuriat approche 50 % dans B ; 29 % la trouvent faible. L'enquête montre aussi que, dans la première région, l'opinion favorable proviendrait avant tout des travailleurs ou des employés, ce qui n'était pas évident[20]. De plus, les citoyens connaîtraient le plus souvent un ou plus d'un entrepreneur. Dans B, peu de citoyens s'intéresseraient au milieu des affaires ou à la question entrepreneuriale, même si dans ce cas les médias locaux, selon les répondants, joueraient un rôle positif pour donner une bonne image de ce milieu.

**Tableau 11.2**
Évaluation par les intervenants et les entrepreneurs de la perception de la population en général des entrepreneurs et du milieu des affaires

| **Q : Quelle importance la population de votre MRC accorde-t-elle en général aux petites entreprises comparées aux grandes entreprises dans le développement régional ?** | | Ne sait pas | Nulle | Faible | Plus ou moins importante | Très importante |
|---|---|---|---|---|---|---|
| MRC A (15 répondants) | *n* | 1 | 1 | 1 | 10 | 2 |
| | % | 7 % | 7 % | 7 % | 67 % | 13 % |
| MRC B (14 répondants) | *n* | 0 | 1 | 4 | 8 | 1 |
| | % | 6 % | 6 % | 29 % | 47 % | 6 % |

Cette appréciation se transpose aussi, d'après les répondants, dans la population. La majorité des répondants dans A pensent que les citoyens sont généralement favorables aux entrepreneurs, alors que dans B, ce niveau diminue de moitié. Dans la première MRC, selon les commentaires des intervenants (non présentés ici), ce sont les travailleurs et un bon nombre sinon tous les citoyens qui partageraient cette image.

20. On peut ainsi penser que ces travailleurs se sentent bien dans leur entreprise.

Alors que dans la deuxième MRC, il n'existerait pas beaucoup d'intérêt en ce sens hors du milieu entrepreneurial ; selon certains intervenants interviewés, il semblerait que la communication sur les entrepreneurs dans la population favorisant cette perception est déficiente.

Quelques raisons semblent expliquer assez bien ces résultats. D'une part, les services de soutien à l'entrepreneuriat dans A sont considérés comme bien organisés et s'appuient sur une stratégie basée sur une planification adoptée il y quelques années et issue d'une large consultation dans la région. À l'encontre de B où le CLD a souffert d'un fort roulement du personnel au cours des dernières années et dont le plan d'action vient tout juste d'être adopté. De plus, la MRC A bénéficie d'une plus forte concertation entre les acteurs du développement, contrairement à la MRC B où on observe davantage des comportements plus compétitifs.

Du côté financier, on reconnaît aussi que les montages financiers sont plus faciles à élaborer dans A. Les entrepreneurs peuvent y disposer d'un « réseau express » du Centre local de développement réunissant plusieurs intervenants en même temps, facilitant la résolution de problèmes pour de nouveaux projets clés. Au contraire chez B, il semblerait que l'offre financière est dispersée et que le nombre de portes « auxquelles on doit frapper » pour y avoir accès est considéré comme trop élevé. Même si, dans les deux territoires, l'offre financière, finalement, ne semble pas poser de problèmes.

De plus, le « réflexe entrepreneurial », c'est-à-dire la propension à créer une entreprise plutôt qu'à se chercher du travail en tant que salarié, semble relativement aiguisé dans A, en particulier depuis la fermeture d'une grande entreprise. Le tissu entrepreneurial y est diversifié, la sous-traitance locale est encouragée depuis longtemps et les forces mobilisatrices pour soutenir la créativité y sont importantes. Enfin, les répondants nous ont rappelé qu'il existe une longue tradition industrielle dans la région qui semble persister. Chez B, la plupart des intervenants et entrepreneurs rencontrés soulignent que la communication dans la population à propos du travail des entrepreneurs ou de l'importance

de l'entrepreneuriat est déficiente. Plusieurs ont indiqué que les entrepreneurs locaux agissent de façon individuelle, refusant souvent de se démarquer dans la population ou de jouer un rôle civique en dehors de leurs affaires ; il semble aussi qu'il soit difficile de les intéresser à communiquer leurs réussites dans la population, même si cela tend à changer depuis les dernières années.

Les répondants ont été invités à déterminer les forces et les faiblesses de leur MRC touchant la création d'entreprises, ce qui a permis de cumuler un certain nombre d'énoncés différents que nous avons regroupés dans quelques catégories, sans référence à un construit préalable. Ces catégories représentent chacune une famille de facteurs regroupés pour des raisons de proximité sémantique. Les résultats présentés au tableau 11.3 mettent de l'avant sur ce point d'importantes distinctions entre les deux MRC.

On reconnaît dans A la présence d'une culture collégiale nécessaire à l'émergence d'entreprises pour les deux premières catégories de facteurs, alors que le contexte et la qualité des services offerts arrivent plus loin dans l'appréciation des répondants de B. En particulier, plusieurs répondants ont noté d'abord la qualité de vie et les services aux citoyens, alors que la vitalité économique relevait de quelques individus visionnaires.

Par contre, du côté des faiblesses, le manque de ressources à la création et au développement d'entreprises est souligné plus souvent chez B. Ajoutons toutefois que, dans les deux MRC, le manque de disponibilité d'employés qualifiés se retrouve tout de suite après.

Du côté du réseautage, comme nous pouvons le voir au tableau 11.4, on semble toutefois mieux organisé dans B avec un soutien ou des initiatives plus fortes venant du CLD. Nous reproduisons ici les informations analysées pour la question 8.

**Tableau 11.3**
Perception des facteurs favorisant la création d'entreprises

| Catégories signifiantes identifiées par émergence | | | |
|---|---|---|---|
| **MRC A** | | **MRC B** | |
| **16 répondants – 10 catégories signifiantes (104 réponses répertoriées)** | | **14 répondants – 9 catégories signifiantes (65 réponses répertoriées[1])** | |
| **Catégorie** | **Nombre de mentions** | **Catégorie** | **Nombre de mentions** |
| Caractéristiques et qualité des services aux entrepreneurs et aux entreprises | 22 | Caractéristiques de l'environnement industriel | 15 |
| Contexte favorisant l'entrepreneuriat | 20 | Milieu de vie Vie communautaire et esprit de solidarité | 11 |
| Caractéristiques de l'environnement industriel | 13 | Contexte favorisant l'entrepreneuriat | 10 |
| Obstacles ou difficultés transformés en avantages | 13 | Caractéristiques et qualité des services aux entrepreneurs et aux entreprises | 9 |
| Milieu de vie/ Vie communautaire et esprit de solidarité | 12 | Situation géographique | 6 |
| Qualités de la main-d'œuvre | 12 | Situation de l'emploi et caractéristiques des emplois | 5 |
| Situation géographique | 4 | Qualités de la main-d'œuvre | 4 |
| Situation de l'emploi et caractéristiques des emplois | 3 | Obstacles ou difficultés transformés en avantages | 3 |
| Vision stratégique, orientations administratives ou politiques | 3 | Qualités ou attitudes des personnes | 2 |
| Qualités ou attitudes des personnes | 2 | Vision stratégique, orientations administratives ou politiques | 0 |

1. Deux (2) répondants ont affirmé que la MRC ne possédait pas d'avantages particuliers pour favoriser la création d'entreprises.

**Tableau 11.4**
Réseaux d'affaires

| MRC A | MRC B |
|---|---|
| Les échanges productifs entre entrepreneurs semblent découler de l'animation de réseaux par le CLD. | À l'initiative de gestionnaires d'entreprises locales, des comités d'échange sur les meilleures pratiques et la recherche de solutions à des problèmes concrets ont récemment été créés (après 2010). Le CLD appuie l'organisation et y consacre une ressource. |
| Les réseaux donneurs d'ordre/clients semblent jouer un rôle dans l'échange d'informations utiles. Il semble par ailleurs exister certaines limites aux réseaux de voisinage où l'échange d'informations en lien avec les affaires n'apparaît pas efficace (par exemple, un répondant cite le cas du dirigeant d'une usine à la recherche d'un fournisseur qui ignore que son voisin offre ce service). | Les chefs d'entreprise qui ne sont pas en concurrence échangent entre eux de façon informelle. Par exemple, cinq ou six dirigeants d'entreprise sont en contact plus étroit au sein d'un cercle fermé. Quelques intervenants ont mentionné toutefois la difficulté de se joindre à ce groupe. Pour les jeunes entrepreneurs, il n'y a rien de particulier. Même la Chambre de commerce n'a pas de volet « jeunes ».<br><br>On mentionne aussi que « ici les gens d'affaires se parlent. Il y a beaucoup de regroupements. Des gens sont intimes. Tout le monde se connaît… Ce ne sont pas tous des amis, mais ils se parlent. "*Combien ton taux d'intérêt ? Ton comptable est-il bon ? Est-ce que tu trouves que le CLD fait bien son travail ?*" Ça a un impact direct ; le lendemain, tout le monde le sait ». |
| **Nombre et genres de réseaux**<br>– 15 organisations, réseaux ou formules de réseautage ont été mentionnés.<br>– 5 réseaux mentionnés plus de 2 fois.<br>– Les réseaux issus d'initiatives du CLD sont mentionnés 13 fois (sur un total de 45 réponses).<br>– Les réseaux donneurs d'ordre/clients et de voisinage sont mentionnés 2 fois. | **Nombre et genres de réseaux**<br>– Les 14 répondants ont mentionné 19 organisations, réseaux ou formules de réseautage.<br>– Cinq (5) réseaux sont mentionnés plus de trois (3) fois : la Chambre de commerce (8) et le Comité sectoriel (7), le Regroupement des chefs d'entreprise (6), la Cellule locale d'une association industrielle (4) et les clubs sociaux (Rotary, Lyons, etc.) (4).<br>– Les comités d'échange de meilleures pratiques, créés à l'initiative du CLD (deux comités cités à plusieurs reprises) ou des chefs d'entreprise (Table RH, Comité sectoriel) ont été mentionnés, tous comités confondus, 15 fois. |

– La Chambre de commerce est mentionnée 9 fois, mais essentiellement pour indiquer qu'elle n'a pas d'influence.
– Le Groupement des chefs d'entreprise a fait la différence dans la vie de 2 entrepreneurs et est mentionné par 3 autres intervenants (5 mentions au total).
– Une personne, un gestionnaire d'entreprise, a affirmé qu'il n'y a aucun réseau d'affaires digne de ce nom dans la MRC.
– Les rencontres informelles, au bar ou au restaurant ou dans le cadre d'événements (tournois de golf, galas) par exemple, et les échanges hors de cadres codifiés, ont été cités 12 fois.
– La Chambre de commerce est mentionnée 8 fois, mais essentiellement pour indiquer qu'elle est en situation de relance et qu'elle ne joue pas encore pleinement son rôle, à la suite d'une période de fort roulement de personnel, mais que le changement de direction offre de nouvelles perspectives de réseautage intéressantes.

Enfin, les institutions d'enseignement et de recherche ne semblent pas jouer dans les deux MRC un rôle important du côté de l'entrepreneuriat, sauf pour fournir une main-d'œuvre qualifiée aux entreprises (tableau 11.5). Les experts recherchés pour soutenir l'innovation en interne proviennent de l'extérieur de la région dans les deux cas. Par contre, il semble exister plus d'acteurs clés dans A que dans B et plusieurs de ces derniers jouent le rôle de mentor, comme on peut le voir au tableau 11.5.

## 11.3.2. L'enquête auprès de la population

Nous avons également conduit une enquête auprès des citoyens en interrogeant plus d'une cinquantaine de personnes à la sortie de l'épicerie ou du centre commercial le plus important de chaque région. Nous avons essayé de choisir des citoyens de différents âges et des deux sexes. Pour ce faire, nous avons repris quelques éléments rattachés à l'analyse de Flora et Flora et leur avons demandé, d'abord, comment ils voyaient les entrepreneurs et l'entrepreneuriat dans le développement, en particulier les PME par rapport aux grandes entreprises. Puis nous avons voulu savoir comment ils évaluaient le rôle de leurs différents dirigeants politiques, ce qui permettait d'évaluer la question du pouvoir en relation avec la démocratie sur l'avenir de leur région. Nous avons ensuite posé la question concernant

**Tableau 11.5**
Rôle des organisations d'enseignement et de recherche dans la culture entrepreneuriale et dans l'innovation des entreprises

| MRC A | MRC B |
|---|---|
| Aucun répondant ne considère que les organisations d'enseignement et de recherche jouent un rôle significatif dans le développement des entreprises de la MRC. À la question, la plupart répondent spontanément qu'il n'y a « rien ». | D'emblée, la plupart des répondants, intervenants ou entrepreneurs soulignent la présence du Centre de formation professionnelle (CFP) et du Centre d'études collégiales. Cependant, le rôle de ces organisations dans la culture entrepreneuriale et dans l'innovation des entreprises n'est pas bien compris ou mal défini par les intervenants rencontrés. |
| Le Centre de formation professionnelle de la ville principale est cependant considéré comme un atout certain. Il est vu toutefois comme une source de main-d'œuvre plutôt que d'innovation. | Le Centre de formation professionnelle offre des programmes uniques ou quasi uniques. Pour certaines disciplines, il est cependant difficile de réunir suffisamment d'élèves. Ce centre est vu comme une source de main-d'œuvre et d'innovation par plusieurs intervenants. Les entrepreneurs, eux, y voient un bassin de main-d'œuvre. L'équipement du CFP, bien que technologiquement avancé, n'est pas le même que celui utilisé dans les usines de la région. |
| **Innovation** : Les experts, que ce soit en développement de produits ou en procédés particuliers, se trouvent à l'extérieur de la région. Les centres de recherche pouvant apporter un appui aux entreprises ne se trouvent pas sur le territoire de la MRC.<br>L'une des entreprises les plus florissantes de la MRC développe ses propres méthodes et procédés, sans faire appel à une assistance extérieure. Elle semble d'ailleurs réfractaire à l'emploi de diplômés universitaires (jugés comme des « jos-connaissants ») ou de personnes issues de toute école, peu importe le niveau, et préfère des employés qu'elle devra former en tout. | **Innovation** : Plusieurs centres de recherche et d'innovation sont situés dans la MRC ou à proximité. Quelques entreprises y font appel et cela semble déterminant pour certaines d'entre elles. Ces centres semblent toutefois peu connus (cinq organisations reçoivent sept mentions par trois répondants, tous des intervenants de formation universitaire impliqués dans le développement des entreprises). Les cinq organisations mentionnées comme jouant un rôle dans l'innovation au sein des entreprises locales l'ont été par trois personnes (20 % des répondants, les autres jugeant qu'aucune organisation ou réseau ne soutient l'innovation locale). Ces organisations, situées dans la MRC ou à proximité, ne semblent pas largement connues. Un intervenant juge que « *les centres de transfert sont connus des plus grandes entreprises, mais pas des plus petites. Les liens sont à développer* ». |

le sentiment d'appartenance à la région ou à la communauté. Ceci nous a permis de parler de coopération, à savoir si les citoyens ont l'habitude de s'épauler ou de travailler ensemble, en particulier en soutenant le bénévolat, ou encore pour obtenir l'aide des institutions extérieures. Enfin, nous avons posé des questions sur l'ouverture aux idées nouvelles, ou encore aux jeunes, aux femmes, aux gens provenant de l'extérieur et aux immigrants, soit sur leur capacité de concevoir ou d'accepter le changement et de favoriser l'innovation dans l'esprit des citoyens et des acteurs. Le questionnaire est repris à l'annexe 2.

Les résultats sont toutefois très étonnants, voire décevants. Seules deux questions produisent des réponses légèrement différentes et ainsi discriminantes entre les deux MRC, soit la question 5 portant sur le rôle des entrepreneurs et la question 20 sur l'apport des immigrants dans le développement ; et ni le sexe ni l'âge ne permettent d'établir des différences. La très grande majorité des réponses basées sur des échelles de moins à plus avec une réponse « ne sait pas » se situent tout près de la moyenne, sauf peut-être la question 8 où on demande d'évaluer l'importance des grandes et des petites entreprises dans le développement de la région, alors que dans les deux cas on accorde plus d'importance aux PME par rapport aux grandes entreprises. La seule différence importante provient du constat de l'enquêteur voulant que les citoyens de la région A acceptaient relativement facilement de répondre au questionnaire, alors que ce ne fut pas le cas dans la MRC B. Il est possible toutefois que les citoyens de cette dernière région aient été plus souvent « dérangés » par de tels questionnaires, ce que nous n'avons pu vérifier.

Nous sommes incapables d'expliquer plus avant ces résultats pour les citoyens, alors que les différences étaient flagrantes dans les entrevues auprès des intervenants et des entrepreneurs[21].

21. Notons que ce constat ouvre une question de recherche fort pertinente à investiguer : « Pourquoi les citoyens non engagés dans des activités entrepreneuriales auraient une appréciation différente des gens d'affaires face à l'entrepreneuriat et aux forces et faiblesses de leur région pour le stimuler ? »

## Conclusion

Les résultats obtenus, du moins du côté des intervenants et des entrepreneurs, soutiennent plusieurs recherches et confirment les nombreux travaux voulant que la culture et l'apport du capital social jouent un rôle important dans les différences entrepreneuriales. D'autant que cette première expérience retient deux MRC avec des différences relativement faibles du point de vue de la création d'entreprises. Les résultats semblent déjà démontrer que la MRC A porterait une culture entrepreneuriale beaucoup plus forte que la B, ce qui explique les différences. Les répondants de A ont même mentionné qu'il existe un certain « réflexe entrepreneurial » collectif, du moins au sein de la génération qui a créé des entreprises à la suite de la fermeture de la grande entreprise, soit quelque chose que personne n'a mentionné chez B.

Par exemple, dans A, la sous-traitance locale est fortement encouragée, alors que personne n'a souligné ceci chez B. De plus, le recours aux mentors notamment pour les nouvelles entreprises est bien implanté dans les deux petites villes de A, alors qu'on a souligné à ce propos des lacunes dans la MRC B. De même, malgré de nouveaux défis appréhendés autant en A qu'en B, avec le vieillissement de la population et la question de la relève, les citoyens de A demeurent relativement optimistes vis-à-vis du futur industriel de leur région ; par exemple, ils évaluent de façon positive les obstacles en se référant aux forces mobilisatrices de la région pour les surmonter. Ce comportement, d'après eux, serait supporté par l'expérience positive observée lors de la crise de 2008 et l'arrivée de la parité sinon une surenchère du dollar canadien par rapport au dollar américain dans la dernière décennie, alors que le premier marché extérieur est toujours les États-Unis et que dans les années 1970-2000 la dépréciation du dollar canadien soutenait fortement les exportations. Pour eux, ces coups durs ont été vus comme un défi de plus pour améliorer les façons de faire. Alors que par rapport à ces deux problèmes, les répondants de B ont jugé ces obstacles comme ayant eu un impact négatif sur le développement de l'entrepreneuriat.

Quant au peu de contenu révélé par l'enquête auprès des citoyens, les résultats requièrent une investigation approfondie. Soit le questionnaire d'enquête ne permettait pas d'apprécier des différences subtiles de comportement ou de perception des citoyens, soit l'environnement dans lequel les données ont été collectées n'était pas idéal.

En somme, si cette analyse apporte déjà quelques bonnes réponses aux interrogations que nous avions sur les déterminants qui font que les régions relativement semblables et même proches, n'ont pas le même dynamisme sur le plan de la création de nouvelles entreprises, il reste encore beaucoup à faire pour mieux comprendre ces phénomènes et aussi tenter de les reproduire dans un environnement mondial de plus en plus turbulent et empreint d'incertitude. C'est ce dont nous allons discuter en conclusion.

# Annexe 1
# GRILLE D'ENTREVUE AUPRÈS DES INTERVENANTS ET DES ENTREPRENEURS

## Section 1. Pouvez-vous évaluer le niveau de la culture entrepreneuriale ambiante durant les trois dernières années dans votre MRC ?

1. Quelle est l'image en général des entrepreneurs dans la population de votre MRC ?

   ☐ Ne sait pas ☐ Très négative ☐ Négative ☐ Indifférente ☐ Favorable ☐ Très favorable

2. Quelle importance la population de votre MRC accorde-t-elle en général aux petites entreprises comparées aux grandes entreprises dans le développement régional ?

   ☐ Ne sait pas ☐ Nulle ☐ Faible ☐ Plus ou moins importante ☐ Importante ☐ Très importante

## Section 2. Informations sur les acteurs clés de l'entrepreneuriat dans votre MRC

3. Pouvez-vous nous recommander quelques **acteurs clés** qui jouent encore ou qui ont joué un rôle significatif dans le développement économique sur le territoire de votre MRC au cours de la dernière décennie et pouvez-vous préciser leur rôle dans ce développement ?

   Nom _____ Rôle _____

   Nom _____ Rôle _____

   Nom _____ Rôle _____

4. Pouvez-vous nous nommer deux ou trois acteurs/entrepreneurs qui pourraient témoigner des forces et faiblesses du territoire de votre CLD en matière de développement économique et indiquer quelle était leur fonction il y a 3 à 5 ans et leur fonction actuelle ? (Ces personnes pourraient être rejointes ultérieurement.)

   Nom _____ Fonction antérieure _____ Fonction actuelle _____

   Nom _____ Fonction antérieure _____ Fonction actuelle _____

   Nom _____ Fonction antérieure _____ Fonction actuelle _____

5. Pouvez-vous identifier trois entreprises « **entraînantes** » et dynamiques, qui innovent et exportent, et qui servent de modèles aux autres entreprises, localisées sur le territoire de votre CLD ?

| | |
|---|---|
| Nom | Localisation si possible |
| Nom | Localisation si possible |
| Nom | Localisation si possible |

**Section 3. Informations sur les réseaux d'affaires**

6. Pouvez-vous identifier *a*) des organismes ou réseaux de financement de proximité (informel, amical) existants dans le territoire de votre CLD (il peut s'agir de financement supporté par des institutions telles que le Fonds de solidarité ou la Caisse de dépôt et placement, ou de fonds privés supportés par des anges individuellement ou organisés en réseaux), et *b*) l'incidence que leur présence a eue sur l'entrepreneuriat (création d'entreprises, facilitation de la croissance, émergence de l'innovation, etc.) ?

| | |
|---|---|
| *a*) Organisme/Réseau | *b*) Incidence sur l'entrepreneuriat |
| *a*) Organisme/Réseau | *b*) Incidence sur l'entrepreneuriat |
| *a*) Organisme/Réseau | *b*) Incidence sur l'entrepreneuriat |

7. Pouvez-vous identifier *a*) les principaux réseaux d'affaires dynamiques (clubs, associations sectorielles, groupements d'affaires, etc.) qui jouent un rôle significatif sur le développement des entreprises sur le territoire de votre MRC, en nous indiquant, si possible, *b*) une personne-ressource que nous pourrions joindre ultérieurement et *c*) ses coordonnées ?

| | |
|---|---|
| *a*) Organisme/Regroupement | *b*) Personne-ressource |
| *c*) Téléphone | Courriel |
| *a*) Organisme/Regroupement | *b*) Personne-ressource |
| *c*) Téléphone | Courriel |
| *a*) Organisme/Regroupement | *b*) Personne-ressource |
| *c*) Téléphone | Courriel |

8. Est-il possible *a*) d'identifier quelques organismes d'enseignement (cégep, universités, Centre de transfert, CCTT) ou chercheurs appartenant à ces organismes qui collaborent ou ont collaboré avec les entreprises de votre CLD et *b*) nous fournir leurs coordonnées ?

| | |
|---|---|
| *a*) Nom du chercheur | Organisme |
| *b*) Téléphone | Courriel |
| *a*) Nom du chercheur | Organisme |
| *b*) Téléphone | Courriel |
| *a*) Nom du chercheur | Organisme |
| *b*) Téléphone | Courriel |

**Section 4. Informations sur les pratiques d'accompagnement**

9. D'après votre expérience d'intervenant en entrepreneuriat, identifiez *a*) trois facteurs clés favorisant l'entrepreneuriat dans votre territoire, ainsi que *b*) les raisons qui vous permettent de les considérer comme des éléments importants.

| | |
|---|---|
| *a*) Facteur | *b*) Justification |
| *a*) Facteur | *b*) Justification |
| *a*) Facteur | *b*) Justification |

10. À partir des situations vécues dans votre région dans les dix dernières années, pouvez-vous identifier *a*) trois projets particuliers et spéciaux (voire exceptionnels) auprès d'entreprises qui ont permis de contribuer au dynamisme entrepreneurial et *b*) les actions ou décisions que vous avez prises pour les réaliser ? (Il peut s'agir d'un accompagnement particulier, d'une mise en réseau, du référencement d'une entreprise à un expert, etc.)

| | |
|---|---|
| *a*) Bon coup – Situations | *b*) Actions – Décisions |
| *a*) Bon coup – Situations | *b*) Actions – Décisions |
| *a*) Bon coup – Situations | *b*) Actions – Décisions |

## Section 5. Identification du répondant

NOM _____ PRÉNOM _____

Fonction _____

Diplôme et domaine de formation _____

Nombre d'années d'expérience à ce poste _____

Nombre d'années d'expérience dans la région _____

Nous vous remercions d'avoir collaboré à cette étude. Nous vous rappelons que toutes les données recueillies sont strictement confidentielles et ne seront utilisées que de façon agrégée sans jamais identifier les répondants.

## Annexe 2
## QUESTIONNAIRE AUX CITOYENS À LA SORTIE D'UN COMMERCE

Identification du lieu _____

N° de questionnaire _____

1. Date_____

2. Âge ☐ 20-30 ☐ 30-40 ☐ 40-50 ☐ 50-60 ☐ Plus de 60

3. Sexe ☐ Masc. ☐ Fém.

4. Résident depuis combien d'années dans la région (MRC) ? _____

5. Quelle est votre opinion en général sur les entrepreneurs dans le développement de votre région ?
   ☐ Plutôt défavorable ☐ Neutre ☐ Plutôt favorable

6. Avez-vous entendu parler d'un entrepreneur ou d'un dirigeant de PME qui joue un rôle important dans le développement de votre municipalité ou de votre région ?
   ☐ Non ☐ Oui, au moins un ☐ Oui, plusieurs

7. Connaissez-vous personnellement un entrepreneur ou un dirigeant de PME ?
   ☐ Non ☐ Oui, au moins un ☐ Oui, plusieurs

8. Sur une échelle de 1 à 5 (1= pas important... 5 = très important), indiquez à quel point les deux affirmations suivantes sont importantes pour le développement économique de votre région.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Ne sais pas |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Il faut attirer et développer de grandes entreprises dans la région. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Il faut développer et stimuler la création de PME dans la région. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

9. À votre avis, les autorités publiques (mairie, organismes gouvernementaux, etc.) de votre région jouent-elles un rôle dans le développement de votre municipalité ou de votre région (MRC) ?

   ☐ Aucun rôle ☐ Rôle peu important ☐ Rôle important
   ☐ Rôle très important ☐ Ne sais pas

   Et pourquoi ?

   _____

10. Connaissez-vous et regardez-vous l'émission de télévision *Les dragons* ?

    ☐ Non, je ne la connais pas.
    ☐ J'en ai entendu parler, mais je ne l'ai jamais regardée.
    ☐ Je l'ai regardée une fois ou deux.
    ☐ Je l'ai regardée plusieurs fois.
    ☐ Je la regarde toujours.

11. Est-ce qu'il y a dans votre famille (parents, grands-parents, oncles, tantes, etc.) un ou des entrepreneurs ou dirigeants de PME ?

    ☐ Oui ☐ Non ☐ Je ne sais pas

12. Croyez-vous dans le futur de votre région pour continuer à y habiter pour vous et vos enfants ?

    ☐ Pas du tout ☐ Faiblement ☐ Moyennement
    ☐ Fortement ☐ Ne sais pas

13. Pensez-vous qu'il existe dans votre région une identité propre ou une vision commune la distinguant des autres régions du Québec, sur une échelle de 1 à 5 (1 = pas d'identité particulière… 5 = identité très forte) ?

    ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Ne sais pas

14. Pensez-vous que votre région dispose des ressources nécessaires et suffisamment mobilisables pour assurer son développement économique, sur une échelle de 1 à 5 (1 = insuffisantes… 5 = fortement suffisantes), en termes de…

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Ne sais pas |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Ressources institutionnelles (mairies, organismes publics, écoles, clubs sociaux et clubs d'affaires) ? | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Main-d'œuvre suffisamment qualifiée et disponible ? | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| Ressources financières ? | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

Je vais maintenant vous poser des questions sur différents aspects qui, selon nos recherches, peuvent avoir une influence sur la culture entrepreneuriale de votre région.

15. Existe-t-il dans votre région une volonté de travailler ensemble pour soutenir le développement actuel et futur de votre région, sur une échelle de 1 à 5 (1 = faible… 5 = forte) ?

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ Ne sais pas

16. Les gens dans votre région sont-ils en général ouverts aux idées différentes ou nouvelles ?

☐ Non, pas du tout ☐ Oui, faiblement ☐ Oui, moyennement
☐ Oui, fortement ☐ Ne sais pas

17. Les gens de votre région sont-ils ouverts aux catégories suivantes de la population qui arrivent dans votre région ?

De nouveaux résidents qui arrivent de l'extérieur de la région
☐ Non, pas du tout
☐ Oui, faiblement
☐ Oui, moyennement
☐ Oui, fortement
☐ Ne sais pas

De nouveaux arrivants de races ou de nationalités différentes
☐ Non, pas du tout
☐ Oui, faiblement
☐ Oui, moyennement
☐ Oui, fortement
☐ Ne sais pas

18. Les gens sont-ils ouverts à donner le plus de chance possible…

| | |
|---|---|
| Aux jeunes de moins de 35 ans ? | ☐ Non, pas du tout<br>☐ Oui, faiblement<br>☐ Oui, moyennement<br>☐ Oui, fortement<br>☐ Ne sais pas |
| Aux femmes ? | ☐ Non, pas du tout<br>☐ Oui, faiblement<br>☐ Oui, moyennement<br>☐ Oui, fortement<br>☐ Ne sais pas |

19. Les gens de votre communauté favorisent-ils le bénévolat et s'y engagent-ils ?

☐ Non, pas du tout ☐ Oui, faiblement ☐ Oui, moyennement
☐ Oui, fortement ☐ Ne sais pas

20. Croyez-vous que les immigrants sont ou devraient être un apport important dans le développement de votre région ?

☐ Non, pas du tout ☐ Pas plus que le reste de la population
☐ Oui, un peu ☐ Oui, beaucoup ☐ Ne sais pas

# Conclusion

*On dirait que les souverains de notre temps ne cherchent qu'à faire avec les hommes des choses grandes. Je voudrais qu'ils songeassent un peu plus à faire de grands hommes ; qu'ils attachassent moins de prix à l'œuvre et plus à l'ouvrier, et qu'ils se souvinssent sans cesse qu'une nation ne peut rester longtemps forte quand chaque homme y est individuellement faible, et qu'on n'a pas encore trouvé de formes sociales ni de combinaisons politiques qui puissent faire un peuple énergique en le composant de citoyens pusillanimes et mous.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 2, partie 2, chap. VII, p. 538

En guise de conclusion, nous allons résumer les déterminants clés tant quantitatifs que qualitatifs qui influencent le plus l'entrepreneuriat régional, soit les principales causes favorisant ou freinant l'entrepreneuriat dans les régions. Puis nous allons discuter des leviers que ces déterminants nous donnent pour intervenir afin de favoriser cet entrepreneuriat. Enfin, nous allons montrer ce qui reste à faire pour, non seulement, être plus sûr de cette analyse, mais aussi pour être capable de tenir compte des différences dans toutes sortes de régions qui ont leurs propres caractéristiques demandant des nuances et des analyses complémentaires pour répondre aux préoccupations locales et même nationales.

## 1. Les déterminants clés de l'entrepreneuriat

Sur le premier point, il ressort de nos analyses les onze déterminants les plus importants permettant de distinguer les territoires entrepreneuriaux des autres, soit sept variables quantitatives ou économiques et quatre variables qualitatives ou socioculturelles.

## 2. Les déterminants quantitatifs

Les sept déterminants qui ressortent fortement de nos analyses quantitatives sont deux variables démographiques, deux variables structurelles, deux variables géographiques, et enfin, une variable économique représentée par trois mesures plus ou moins interchangeables.

La première variable démographique[1] est, de prime abord, peu prévisible : **la présence proportionnellement importante d'immigrants** dans la population. Nous avons expliqué que cette présence, pourtant relativement faible en dehors des grands centres, facilite l'arrivée d'idées nouvelles dans la population du fait des signaux faibles porteurs de nouveauté que cette population apporte, tout en notant que cette présence suppose une ouverture à ces idées nouvelles, ou du moins une capacité d'accueil et d'intégration des nouveaux arrivants avec leurs différences, entraînant une certaine remise en question des habitudes. Nous nous trouvons ici avec une variable finalement culturelle bien liée aux variables qualitatives sur lesquelles nous reviendrons au point suivant, variable faisant écho à l'idée que la culture n'est pas figée et peut évoluer justement avec l'arrivée de nouveaux citoyens. Il faut toutefois être prudent avec cette variable puisque des régions relativement fermées aux gens de l'extérieur, mais particulièrement solidaires entre les citoyens de souche, comme la Beauce, ont su développer un dynamisme économique particulier. Par contre,

1. Du moins, dans deux des régressions, sa valeur est plus élevée tout en étant égale dans la troisième régression par rapport à la variable **croissance de la population**.

dans ce cas, la proximité des États-Unis et des échanges constants entre les gens de l'autre côté de la frontière ont pu compenser cette fermeture, comme l'explique Palard (2009).

La deuxième variable importante est **la croissance de la population**, probablement cause et conséquence du dynamisme régional, mais aussi liée en partie à l'arrivée des immigrants, comme nous l'avons expliqué. De plus, elle est probablement complétée, mais dans ce cas-ci du côté plus causal, par **la portion des 25-34 ans** dans la population qui sont la principale source des nouveaux entrepreneurs, notamment dans les six industries du REQ6 sur lesquelles nous avons porté notre attention.

La troisième variable est **l'importance des PME** dans la structure industrielle de la région. Puisque ces entreprises représentent l'un des principaux mécanismes de développement de nouveaux entrepreneurs, soit directement en tant qu'institutions informelles de formation des plus efficaces pour ces derniers, soit indirectement en développant un tissu industriel fait d'échange de ressources et d'informations, sinon de coopétition[2] favorable à l'entrepreneuriat, comme nous l'avons expliqué au chapitre 11 en évaluant les variables qualitatives présentes en particulier dans une des MRC comparée.

Ce dernier aspect, la présence d'un tissu industriel favorisant toutes sortes d'échanges pour compenser le manque de ressources et pour multiplier les opportunités, fait bien le lien avec la quatrième variable, soit **une certaine concentration industrielle**, déterminant à même de mieux structurer le réseautage et de multiplier les institutions favorables à l'entrepreneuriat, comme on peut le voir avec les écoles et les centres de recherche se spécialisant dans des secteurs importants sur le territoire.

2. À titre de rappel, la coopétition est un comportement des firmes sur un territoire qui, tout en tablant sur la concurrence et sur les éléments principaux qui soutiennent leur distinction, acceptent de coopérer dans d'autres sphères, comme la formation de leur main-d'œuvre ou l'exportation, comme l'expliquent Dagnino, Le Roy et Yami (2007).

Cette concentration relative explique probablement la faible importance discriminante de la variable **part de la population possédant un diplôme postsecondaire**, absorbée en partie par cet élément structurel tout en accaparant probablement aussi l'effet de la présence d'un cégep et d'un centre collégial de transfert technologique.

D'ailleurs, ces dernières variables (niveau d'éducation et présence d'institutions de formation et d'innovation) sont probablement aussi prises en compte par les cinquième et sixième déterminants ou variables géographiques que sont la présence d'une ou de plusieurs **MRC dynamiques proches**, à laquelle s'ajoute **la proximité de la métropole**. Puisque même si la MRC ne dispose pas d'un cégep et d'un CCTT, il est fort probable qu'il y en ait un, sinon plus d'un à proximité. Sans compter la variété d'autres ressources disponibles favorisant l'entrepreneuriat territorial et probablement une plus grande croissance de la population et l'arrivée d'immigrants ; ce qu'on voit sûrement notamment dans la grande région de Montréal et ses effets de pôle de croissance dont nous avons parlé dans l'introduction.

Il reste **les variables économiques** prises une à une, puisqu'elles sont nécessairement fortement corrélées. Ces dernières sont un faible taux de chômage et des revenus moyens élevés ou une faible dépendance économique, ces variables étant aussi cause et effet. Une région avec moins de chômage et de meilleurs revenus (et par conséquent, une moins grande dépendance de la population aux transferts gouvernementaux) permet de soutenir le marché de l'emploi et de produits pour un bon nombre de PME, surtout les plus petites ; ces variables expliquent en partie un meilleur niveau d'éducation[3], une meilleure rétention pour les jeunes et une meilleure attraction pour les immigrants, et donc un dynamisme entrepreneurial plus fort.

3. Puisqu'il y a un fort lien entre plus de revenus et une plus forte incitation des familles à pousser leurs enfants à étudier plus longtemps, à l'instar de la vieille publicité des années 1960 qui inversait la relation disant « qui s'instruit s'enrichit ».

## 3. Les déterminants qualitatifs

Quant aux variables qualitatives ou socioculturelles, qui ne sont pas complètement indépendantes des variables quantitatives, comme nous venons de l'expliquer à deux reprises, notre analyse même limitée semble bien démontrer leur importance. En d'autres termes, les enquêtes auprès des deux MRC semblent soutenir notre intuition voulant que des aspects socioculturels jouent un rôle important dans les différences entrepreneuriales. D'autant que cette première expérience concerne deux MRC montrant des différences relativement faibles du point de vue de la création d'entreprises. Par contre, ajoutons que le choix de ces deux MRC avait été orienté par leur relatif éloignement de Montréal et de Québec et leur portrait relativement semblable de la densité de leur territoire, comptant une ou deux petites villes entourées d'un monde rural important. De plus, elles n'ont pas été influencées, par exemple, par l'arrivée d'une très grande entreprise offrant beaucoup de sous-traitance ou par un changement majeur comme la découverte importante de matières premières.

Parmi ces déterminants qualitatifs, nous en trouvons quatre, soit une variable plus globale comme la présence d'une culture entrepreneuriale partagée, et d'autres plus particulières comme des règles du jeu assez bien définies, du capital social disponible et des réseaux favorisant l'innovation et la saisie d'opportunités.

La première variable, soit **une culture entrepreneuriale partagée** est associée à l'idée de Marshall sur l'atmosphère industrielle favorisant un entrepreneuriat plus fort que dans d'autres régions, comme l'expliquent bien Bauernschustera, Falck et Heblich (2010). Cette culture se voit quand les citoyens et les acteurs présents (intervenants et entrepreneurs) partagent l'idée que le développement local relève de façon importante de leur propre vouloir et des énergies partagées et concertées qu'ils mettent en œuvre pour ce faire.

Ce qui est intéressant sur ce point est que cette importance de l'entrepreneuriat est partagée même par les employés, confirmant ainsi les analyses de l'Institut international d'études sociales du Bureau international du travail de Genève sur le niveau de satisfaction généralement plus élevé des employés de PME, et ce, malgré les salaires et les avantages sociaux supérieurs offerts dans les grandes entreprises. On sait que cette satisfaction provient en particulier de l'engagement plus grand des employés des PME dans la vie et le développement de leur organisation qu'on ne le voit dans les grandes entreprises (Fabi et Garand, 2005).

Cette culture apparaît, d'une part, dans l'image positive qu'ont les citoyens des entrepreneurs, comme l'ont expliqué les intervenants et les entrepreneurs, mais aussi comme ils l'ont eux-mêmes exprimé dans les deux MRC avec l'enquête auprès des citoyens, même si cela ne permet pas de distinguer les deux régions. D'autre part, comme nous l'avons noté, dans la question 8 de ce questionnaire sur l'importance d'attirer de grandes entreprises ou de stimuler la création des PME pour soutenir le développement régional, on voit que la deuxième option est plus forte quels que soient l'âge ou le sexe des répondants, soit plus de 4,5 sur une échelle de 1 à 5, contre 4 dans le cas des grandes entreprises. Cette culture s'exprime aussi par l'idée que devenir entrepreneur est une carrière intéressante qu'il est bon d'encourager, notamment quand c'est un membre de la famille proche ou élargie qui veut se lancer dans une nouvelle affaire ou racheter une affaire existante. Quatre répondants de A ont souligné cela en expliquant qu'il existerait chez les citoyens dans leur région un certain « réflexe entrepreneurial » collectif.

La deuxième variable est la présence de **règles du jeu** relativement claires pour soutenir l'entrepreneuriat, règles exprimées en particulier par le plan stratégique de la MRC A issu d'une concertation préalable développée durant plus d'une année avec des acteurs de tous les milieux. Ce qui ne peut que faciliter les investissements alors que les entrepreneurs savent quels sont les investissements qui seront favorisés et où les interventions publiques seront orientées. Nous trouvons deux bons exemples de ces règles dans l'enquête soit, d'une part, une certaine obligation de favoriser

la sous-traitance régionale chaque fois qu'elle est possible, et, d'autre part, la volonté d'agir le plus possible au bénéfice de la région même lorsqu'on reçoit des offres extérieures pour racheter son entreprise ; ce qui explique l'intérêt souligné de conserver les sièges sociaux des entreprises le plus possible dans la région. Cela nous a été formellement expliqué par trois répondants dans l'enquête auprès des acteurs de la MRC A.

La troisième variable est **la présence de capital social** important, d'abord, du côté des ressources humaines avec la participation des institutions d'enseignement à des programmes pour former la main-d'œuvre dans les secteurs les plus importants et déjà précisés dans le plan stratégique. Ce capital social touche aussi le financement tant privé que public qui se coordonne pour les projets importants. Cette coordination du côté du financement privé se manifeste en particulier avec l'apport complémentaire du financement public dans ce qui est appelé des *réseaux express* permettant de coordonner les efforts du plus grand nombre d'intervenants possible pour mieux assurer ces projets. À noter que cette coordination semble fortement mise en valeur en Beauce, comme l'a montré l'analyse de Palard (2009). Elle s'est exprimée en A dans divers exemples que des répondants ont avancés, et ce, avec un certain orgueil, exemple portant sur la façon dont les acteurs favorisent la coopération dans la région sans faire fi de la concurrence ; ils ont donné un autre exemple de cet orgueil à l'effet qu'une des plus grandes multinationales américaines faisait affaire avec quelqu'un « de la place » pour ses idées particulièrement originales de design sur un produit haut de gamme.

La quatrième variable est **un certain dynamisme des réseaux** d'affaires et informationnels, réseaux ne se limitant pas uniquement à la région, comme nous l'avions prévu. Les réseaux servent non seulement aux dirigeants d'entreprises, mais aussi aux ouvriers qui finissent par discuter de leur travail avec, par exemple, d'anciens collègues étudiants, dans de nombreux lieux de rencontre, comme l'expliquait Saxenian (1994) ou plus récemment Loubès, Bories-Azeau et Fabre (2012). Ces échanges

le plus souvent informels favorisent un climat de confiance facilitant les transactions et la multiplication des opportunités. Ils sont la clé du soutien apporté à l'innovation et aux opportunités.

Mais, dans le cas présent, il semble que les moyennes entreprises de la MRC B soient plus dynamiques sous cet aspect que celles de A, même si dans les deux cas les répondants ont souligné l'importance de ce réseautage. Le réseautage, comme l'a souligné Hindle (2010) est une des importantes manifestations de la communauté pour passer de la parole aux actes. Les réseaux complètent le rôle des institutions publiques et sont un des mécanismes importants d'apprentissage collectif pour soutenir la création et le développement des entreprises. Finalement, ils sont un des meilleurs mécanismes pour diminuer l'incertitude et pour favoriser la prise de risque.

## 4. Les actions à entreprendre ou les politiques possibles

Cette analyse donne diverses indications pour des politiques permettant d'améliorer le dynamisme entrepreneurial. La première touche **la démographie**. Elle soutient les stratégies des municipalités qui, par des politiques de logement, par exemple, essaient de retenir les citoyens, en particulier les jeunes ménages, et d'en attirer d'autres. Mais des politiques sociales touchant l'accueil et la rétention des immigrants et facilitant leur insertion semblent aussi intéressantes. De ce côté, un travail d'information, par exemple, expliquant aux gens d'affaires l'intérêt d'engager des immigrants, tout en tenant compte jusqu'à un certain point de leurs besoins, et permettant de stimuler le développement de nouvelles idées et ainsi l'innovation, devrait être multiplié. C'est ce que démontrent les analyses sur l'importance des réseaux à signaux faibles favorisant la contestation des idées reçues et stimulant l'innovation (Julien, Andriambeloson et Ramangalahy, 2004).

La deuxième politique est le choix éclairé pour favoriser **le développement des PME**, même au détriment des grandes entreprises, et même si des centaines de nouvelles petites entreprises, avec 3, 5 ou 15 employés, sont perçues différemment par l'opinion publique qu'une nouvelle entreprise de 500 employés. D'une part, les PME continuent d'être les premières créatrices d'emplois, comme nous l'avons rappelé à plusieurs reprises (Karlsson, Friis et Paulsson, 2004 ; OCDE, 2011 ; Kirchhoff, 2010). D'autre part, l'investissement dans les PME coûte cinq à dix fois moins cher par emploi créé que dans les grandes entreprises en investissements privés, en investissements publics ou en subventions. Par ailleurs, de nombreuses PME tendent à soutenir le développement de réseaux qui stimulent la création de nouvelles entreprises et qui soutiennent le développement du capital social, un autre mécanisme très favorable à l'entrepreneuriat, comme nous l'avons expliqué à plusieurs reprises et le rappellent Meeus, Oerlemans et Kenis (2008) ou Ahuja, Polidoro Jr. et Mitchell (2009).

Cela s'applique aussi aux secteurs industriels et commerciaux. Ainsi, encourager systématiquement l'arrivée des grandes chaînes non seulement n'améliore pas nécessairement l'emploi, puisque ces dernières causent souvent la fermeture de dizaines de petits commerces, mais surtout détruisent le tissu industriel du fait qu'elles démontrent rarement le même souci du développement entrepreneurial local que les entrepreneurs locaux. Ces apports extérieurs brisent ainsi les solidarités s'appuyant sur des réseaux informationnels et favorisent le développement d'opportunités et d'innovation. Même si les gérants peuvent être bien implantés dans le milieu local, les grandes décisions leur échappent, comme on l'a vu à plusieurs reprises avec les fermetures de filiales de chaînes américaines à la suite des efforts des employés pour implanter un syndicat.

D'autres déterminants sont intéressants comme le soutien à **une certaine spécialisation** industrielle, par exemple, avec des organismes de développement régional donnant une importance plus grande aux demandes d'aide pour les projets plus proches d'un début de spécialisation,

et comme le développement de meilleurs liens entre les écoles secondaires et les entreprises ou encore entre les collèges et les centres collégiaux de transfert technologique (Bishop, 2012).

Quant à **l'effet géographique**, les résultats des analyses sont assez clairs, du moins en ce qui concerne la création d'entreprises dans les six secteurs industriels (REQ6). Ils montrent que le développement d'une région ne peut se faire en vase clos au détriment de ce qui se fait dans les régions voisines et que des coalitions ou des coopérations autour de projets d'envergure sont nécessaires. En d'autres mots, l'esprit de clocher a toujours été néfaste et continue de l'être, exigeant au moins de la concertation. Cela s'applique en particulier au réseautage qui ne peut se limiter à la région, comme nous l'avons vu avec notre enquête et compte tenu des besoins en information très variés selon chaque entreprise. Cela explique aussi pourquoi on doit travailler avec des institutions publiques dont certaines sont implantées dans la capitale régionale sinon dans la métropole, comme certains centres de recherche universitaires (Rallet et Torre, 2007).

Il faut bien comprendre qu'une partie du développement passe par les écosystèmes et que ce sont ces derniers qui hébergent et peuvent stimuler l'entrepreneuriat lorsqu'ils portent des infrastructures, des ressources, du capital social et des réseaux le favorisant (Phelps, 2007 ; Isenberg, 2010). Cela suppose que l'idée que l'entrepreneuriat ne repose pas uniquement sur les épaules des entreprises, mais suppose l'appui du milieu ou une complémentarité des compétences et des capacités d'apprentissage existant et se développant au sein de ces écosystèmes régionaux, notamment en conseil, en recherche et développement et en réseautage. De tels systèmes doivent prendre conscience du besoin de ressources complexes et complémentaires et de la cohérence entre eux, touchant tant l'innovation que la recherche d'opportunités, ressources mises à la disposition des petites entreprises par l'intermédiaire des institutions, des divers liens dans la communauté et des réseaux (Lorentzen, 2008 ; Estrin *et al.*, 2012). Ce qui explique aussi que dans les interventions pour favoriser l'entrepreneuriat,

il n'est pas très efficace d'agir à la pièce en ignorant les liens entre les différents éléments expliquant l'entrepreneuriat et l'importance du milieu dans lequel vivent les entreprises.

En d'autres termes, l'écosystème entrepreneurial est constitué par un réseau d'acteurs coordonnés ou non travaillant au développement d'un environnement d'affaires et c'est cet environnement, qui, une fois dynamisé, stimule la création d'entreprises et leur développement. Ajoutons que grâce au réseautage et au capital social, cet environnement n'est pas délimité par des frontières géographiques évitant de confiner le développement des entreprises à cet espace défini par des règles administratives.

C'est ce qu'on a essayé de montrer en utilisant l'équation évidemment extrêmement simplifiée de Harold-Domar-Solow-Romer, complétée par Audretsch et Keilbach, mais qui permet en un coup d'œil de comprendre les liens entre les différentes variables :

$$Y = f\,[K = f'\,(T + I),\ L = f''\,(F),\ A = f'''\,(R),\ E = f''''\,(R + K_s)]$$

où le capital K est soutenu systématiquement par la technologie T et l'innovation I ; le travail L est favorisé par la formation initiale et continue F ; les connaissances A sont développées par le partage systématique de l'information collective dans les réseaux R ; et, enfin, la fonction entrepreneur est favorisée par ces réseaux R, mais aussi par le capital social $K_s$.

## 5. Ce qu'il reste à faire

Comme nous l'avons dit en introduction, il nous semble que cet ouvrage traite jusqu'ici et le mieux possible du plus grand nombre de variables servant de déterminants à l'entrepreneuriat. Ce qui ne veut pas dire que tout y est. Plusieurs variables n'ont pas été suffisamment étudiées, comme le rôle précis des financements de proximité et de risque ou l'importance des institutions locales dans le développement, et ce, même si ces

deux variables sont apparues importantes pour expliquer, du moins en partie, les distinctions entre les deux petites régions en termes d'entrepreneuriat. En ce cas, il est évident qu'il faudrait reprendre les enquêtes auprès d'autres régions semblables et les compléter par une meilleure technique pour mieux comprendre l'action des citoyens dans ce développement. Le manque de financement nous a freinés de ce côté.

Ajoutons que les mêmes études tant quantitatives que qualitatives gagneraient à être appliquées à des milieux ou à des écosystèmes fortement différents comme des milieux plus pauvres ou plus riches, ou encore par exemple des sous-régions purement urbaines. Rappelons à cet égard l'étude de Razafindrazaka, St-Pierre et Trépanier (2014) qui montre qu'une région moins nantie en ressources de toutes sortes arrive à innover tout autant qu'une autre très favorisée, mais de façon distincte. Cela est aussi une autre conclusion de notre travail et qui demande à être davantage approfondie, soit le fait que l'entrepreneuriat ne se développe pas selon un modèle « unique » et peut prendre différents visages en fonction des particularités des régions. Ces particularités sont, à notre sens, l'un des déterminants clés de l'entrepreneuriat qui est le plus difficile à démontrer puisqu'il est par définition singulier et, sur le plan scientifique, n'est pas nécessairement généralisable. Pour arriver à identifier ces déterminants, il faut prendre de la distance des positions macroéconomiques et envisager des études ayant un caractère plus sociologique. Bref, si ce travail résume un grand nombre d'études sur les causes de l'entrepreneuriat et va le plus loin possible dans l'analyse de ces causes, on peut sûrement, comme dans toute étude, aller encore plus loin, ce qui ne peut qu'être souhaité.

*L'aristocratie et la démocratie se renvoient mutuellement le reproche de la corruption ; il faut distinguer. Dans les gouvernements aristocratiques, les hommes qui arrivent aux affaires sont des gens riches qui ne désirent que du pouvoir. Dans les démocraties, les hommes d'État sont pauvres et ont leur fortune à faire [...] Peut-être dans les démocraties n'y a-t-il pas moins d'hommes à vendre, mais on n'y trouve presque point d'acheteurs. Dans (la démocratie) on corrompt les fonctionnaires publics, dans (l'aristocratie) le peuple lui-même.*

ALEXIS DE TOCQUEVILLE, 1835, tome 1, partie 2, chap. V, p. 171

# Bibliographie


**Abdesselam, R., J. Bonnet et N. Le Pape** (2000). « An explanation of the life span of new firms : An empirical analysis of French data », *Cahier de recherche du Gemma-Lere*, Caen, Université de Caen, décembre.

**Abernathy, W.J. et J.M. Utterback** (1978). « Patterns of industrial innovation », *Technology Review*, vol. 80, n° 7, p. 40-47.

**Abrantes, M. et G. Benko** (2004). « Districts industriels et politiques d'aménagement en France », dans B. Guesnier et A. Joyal (dir.), *Le développement territorial. Regards croisés sur la diversification et les stratégies*, Paris, DATAR et IERF – Institut d'économie régionale et financière, p. 203-217.

**Acedo, F.J. et J. Florin** (2007). « Understanding the risk perception of strategic opportunities : A tripartite model », *Strategic Change*, vol. 16, n° 3, mai, p. 97-116.

**Acs, Z.J. et C. Armington** (2004). « The impact of geographic difference in human capital on service formation rates », *Journal of Urban Economics*, vol. 56, n° 2, p. 244-278.

**Acs, Z.J. et D.B. Audretsch** (1990). *Innovation and Small Firms*, Cambridge, MIT Press.

**Acs, Z.J., D.B. Audretsch, P. Braunerhjelm et B. Carlsson** (2005). « The knowledge spillover theory of entrepreneurship », *Cahier de recherche* n° 5326, Londres, Center for Economic Policy Research.

**Acs, Z.J., S. Desai et L. Klapper** (2008). « What does "entrepreneurship" data really show ? », *Small Business Economics*, vol. 31, n° 3, p. 265-281.

**Acs, Z.J. et P. Mueller** (2008). « Employment effects of business dynamics : Mice, gazelles and elephants », *Small Business Economics*, vol. 30, n° 1, p. 85-100.

**Acs, Z.J., W. Parsons et S. Tracy** (2008). « High-impact firms : Gazelles revisited », Rapport préparé pour la Small Business Administration américaine, juin.

**Adams, S.B.** (2011). « Growing where you are planted : Exogenous firms and the seeding of Silicon Valley », *Research Policy*, vol. 40, n° 3, p. 368-379.

**Adler, P. et S. Kwon** (2002). « Social capital : Prospects for a new concept », *Academy of Management Review*, vol. 27, n° 1, p. 17-40.

**Ahl, H.** (2006). « Why research on women entrepreneurs needs new directions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30, n° 5, p. 595-621.

**Ahmad, N.** (2008). « A proposed framework for business demography statistics », dans E. Congregado (dir.), *Measuring Entrepreneurship. Building a Statistical System*, New York, Springer Science Business Media, p. 113-174.

**Ahmad, N. et A. Hoffman** (2007). « A framewok for addressing and measuring entrepreneurship », Paris, OCDE, Entrepreneurship Indicators Steering Group.

**Ahmad, N. et R.G. Seymour** (2008). « Defining entrepreneurial activity : Definitions supporting frameworks for data collection », Paris, OECD Statistics Working Paper, OCDE.

**Ahuja, G., F. Polidoro Jr. et W. Mitchell** (2009). « Structural homophily or social asymmetry ? The formation of alliances by poorly embedded firms », *Strategic Management Journal*, vol. 30, n° 9, p. 941-958.

**Akrich, M., M. Callon et B. Latour** (1988). « À quoi tient le succès des innovations ? Deuxième épisode : l'art de choisir les bons porte-parole », *Gérer et Comprendre*, n° 12, p. 14-29.

**Aldrich, H.E.** (1990). « Using an ecological perspective to study organizational founding rates », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 15, n° 2, p. 7-23.

**Aldrich, H.E. et C.M. Fiol** (1994). « Fools rush in ? The institutional context of industry creation », *Academy of Management Review*, vol. 19, n° 4, p. 645-670.

**Aldrich, H.E. et M.A. Martinez** (2001). « Many are called, but few are chosen : An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n° 4, p. 41-56.

**Aldrich, H.E. et C. Zimmer** (1986). « Entrepreneurship through social networks », dans D. Sexton et R. Smilor (dir.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, Ballinger, p. 3-23.

**Alter, N.** (2003a). « Innovation organisationnelle. Entre croyance et raison », dans H. Pénan et P. Mustar (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p. 71-88.

**Alter, N.** (2003b). *L'innovation ordinaire*, Paris, Presses universitaires de France.

**Alvarez, S.A. et J. Barney** (2005). « How do entrepreneurs organize firms under conditions of uncertainty », *Journal of Management*, vol. 31, n° 5, p. 776-786.

**Amabile, T.** (1997). « Motivating creativity in organizations : On doing what you love and loving what you do », *California Management Review*, vol. 40, n° 1, p. 39-58.

**Anderson, A.R. et C.J. Miller** (2002). « "Class matter" : Human and social capital in the entrepreneurial process », *Journal of SocioEconomics*, vol. 32, n° 1, p. 17-36.

**Anderson, E. et H. Gatignon** (2008). « Firm and the creation of new markets », dans C. Menard et M.M. Shirley (dir.), *Handbook of New Institutional Economics*, Heidelberg, Springer, p. 401-431.

**Andersson, M. et S. Johansson** (2010). « Human capital and the structure of regional export flows », *Technology in Society*, vol. 32, n° 3, p. 230-240.

**Ang, J.S.** (1992). « On the theory of finance privately held firms », *The Journal of Small Business Finance*, vol. 1, n° 3, p. 185-203.

**Angers, F.A.** (1961). « Naissance de la pensée économique au Canada français », *Revue d'histoire de l'Amérique française*, vol. 15, n° 2, p. 204-229.

**Ansiaux, M.** (1926). *Traité d'économie politique*, Paris, Marcel Girard.

**Antonelli, É.** (1939). *L'économie pure du capitalisme*, Paris, Marcel Rivières.

**Aoki, M.** (1986). « Horizontal versus vertical information structure of the firm », *American Economic Review*, vol. 76, n° 8, p. 971-983.

**Aouni, Z. et B. Surlemont** (2007). « Le processus d'acquisition des compétences entrepreneuriales : une approche cognitive », V^e^ Congrès de l'Académie de l'entrepreneuriat, Université de Sherbrooke, octobre.

**Aragon-Sanchez, A. et G. Sanchez-Martin** (2005). « Strategic orientation, management characteristics, and performance : A study of Spanish firms », *Journal of Small Business Management*, vol. 43, n° 3, p. 287-308.

**Arbuthnott, A., J. Eriksson, S. Thorgren et J. Wincent** (2011). « Reduced opportunity for regional renewal : The role of rigid threat responses among a region's established firms », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 23, n°s 7-8, p. 603-635.

**Arcy, E. et B. Guissani** (1996). « Local economic development : Changing the parameter », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 8, n° 3, p. 159-178.

**Ardichvili, A., R. Cardozo et S. Ray** (2003). « A theory of entrepreneurial opportunity identification and development », *Journal of Business Venturing*, vol. 18, n° 1, p. 105-123.

**Arenius, P. et D. de Clercq** (2005). « A network-based approach on opportunity recognition », *Small Business Economics*, vol. 24, n° 3, p. 249-265.

**Arenius, P. et M. Minutti** (2005). « Perceptual variables and nascent entrepreneurship », *Small Business Economics*, vol. 24, n° 3, p. 233-247.

**Arndt, O. et R. Sternberg** (2000). « Do manufacturing firms profit from intraregional innovation linkages ? An empirical based answer », *European Planning Studies*, vol. 8, n° 4, p. 465-485.

**Aron, R.** (1964). *La lutte des classes. Nouvelles leçons sur les sociétés industrielles*, Paris, Gallimard.

**Arrow, K.** (1962). « The economic implications of learning by doing », *Review of Economic Studies*, vol. 29, n° 2, p. 155-173.

**Ashcroft, B., J.-H. Love et E. Malloy** (1991). « New firm formation in the British counties with special reference to Scotland », *Regional Studies*, vol. 25, n° 5, p. 395-409.

**Asheim, B.T.** (1996). « Industrial districts as "learning regions" : A condition for prosperity ? », *European Planning Studies*, vol. 4, n° 4, p. 379-400.

**Asheim, B.T. et P. Cooke** (1999). « Local learning and interactive innovation networks in a global economy », dans E.J. Malecki et P. Oinas (dir.), *Making Connections : Technological Learning and Regional Economic Change*, Aldershot, Ashgate.

**Ashill, N.J. et D. Jobber** (2013). « The effects of experience on managerial decision-making uncertainty », *Journal of General Management*, vol. 39, n° 1, p. 30.

**Astley, W.G.** (1985). « Administrative science as socially constructed truth », *Administrative Science Quarterly*, vol. 30, n° 4, p. 497-513.

**Astrachan, J.-H. et M.-C. Shanker** (2003). « Family businesses' contribution to the U.S. economy : A closer look », *Family Business Review*, vol. XVI, n° 3, p. 211-219.

**Audretsch, D.B.** (1995). *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge, MIT Press, 205 p.

**Audretsch, D.B.** (2002). *Entrepreneurship : A Survey of the Literature*, Bloomington et Londres, Institute for Development Strategies, Indiana University et Center for Economic Policy Research (CEPR).

**Audretsch, D.B. et M. Feldman** (1996). « R&D spillovers and the geography of innovation and production », *The American Economic Review*, vol. 86, n° 3, p. 630-640.

**Audretsch, D.B. et M. Fritsch** (1994). « The geography of firm births in Germany », *Regional Studies*, vol. 28, n° 4, p. 359-365.

**Audretsch, D.B. et M. Fritsch** (2002). « Growth regimes over time and space », *Regional Studies*, vol. 36, n° 2, p. 113-124.

**Audretsch, D.B., I. Grilo et A.R. Thurik** (2007). « Explaining entrepreneurship and the role of policy : A framework », dans D.B. Audretsch, I. Grilo et A.R. Thurik (dir.), *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited, p. 1-17.

**Audretsch, D.B., M. Hülsbeck et E.E. Lehmann** (2012). « Regional competitiveness, university spillovers, and entrepreneurial activity », *Small Business Economics*, vol. 39, n° 3, p. 587-601.

**Audretsch, D. et M.C. Keilbach** (2005). « Entrepreneurial capital and regional growth », *The Annals of Regional Science*, vol. 39, n° 3, p. 457-469.

**Avenier, M.J.** (dir.) (1997). *La stratégie chemin faisant*, Paris, Economica.

**Avenier, M.J.** (dir.) (2000). *Ingénierie des pratiques collectives*, Paris, L'Harmattan.

**Avenier, M.J. et C. Schmitt** (2007). *La construction de savoirs pour l'action*, Paris, L'Harmattan.

**Aydalot, P.** (1976). *Dynamique spatiale et développement intégral*, Paris, Economica.

**Bacon, N., P. Ackers, J. Storey et D. Coates** (1996). « It's a small world : Managing human resources in small businesses », *International Journal of Human Resource Management*, vol. 7, n° 1, p. 82-100.

**Bagnasco, A.** (1977). *Tre Italie. La problematica territoriale dello sviluppo italiano*, Bologne, Il Mulino.

**Baker, T. et R.E. Nelson** (2005). « Creating something from nothing : Resource construction through entrepreneurial bricolage », *Administrative Science Quarterly*, vol. 50, n° 3, p. 329-366.

**Baldegger, R.J. et P. Wyss** (2007). *Profiling the Hybrid Born-Again Global Firms*, Fribourg, Growth.

**Baldwin, J.R., D. Beckstead et A. Girard** (2002). « L'importance de l'entrée dans le secteur canadien de la fabrication, document accompagné d'une annexe sur les questions de mesure », Document de recherche n° 189, Statistique Canada.

**Baldwin, J.R., W. Chandler et T. Papailiadis** (1994). « Stratégies de réussite : profil des petites et des moyennes entreprises en croissance (PMEC) au Canada », n° de catalogue CS61-523F, Statistique Canada.

**Baldwin, J.R. et G. Gellatly** (2003). *Innovation Strategies and Performance in Small Firms*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited.

**Baldwin, J.R. et P.K. Gorecki** (1991). « Firm entry and exist in the Canadian manufacturing sector », *Canadian Journal of Economics*, vol. 24, n° 3, p. 300-323.

**Baldwin, J.R., W. Gu, R. Macdonald et B. Yan** (2008). « Qu'est-ce que la productivité ? Comment la mesure-t-on ? Quelle a été la productivité du Canada pour la période de 1961 à 2012 ? », Publication n° 15-206-X, Statistique Canada.

**Baldwin, J.R. et P. Hanel** (2007). *Innovation and Knowledge Creation in an Open Economy. Canadian Industry and International Implications*, Cambridge, R.U., Cambridge University Press.

**Baldwin, J.R. et G. Picot** (1995). « Employment generation by small producers in the Canadian manufacturing sectors », *Small Business Economics*, vol. 7, n° 3, p. 317-331.

**Bank of England – BOE** (1996). *Finance for the Small Firm*, 3e rapport, Londres, HMSO.

**Barbat, V. et M. Hlady Rispal** (2007). « Une lecture entrepreneuriale de l'internationalisation des PMI sous-traitantes », *Revue internationale PME*, vol. 20, nos 3-4, p. 219-248.

**Barbosa, S.D., W. Mahinho de Oliveira, A. Fayole et F. Vidal Barbosa** (2010). « Perceptions culturelles et intention d'entreprendre. Une comparaison entre des étudiants brésiliens et français », *Revue internationale PME*, vol. 23, n° 2, p. 9-42.

**Baron, R.A.** (1998). « Cognitive mechanisms in entrepreneurship : Why and when entrepreneurs think differently than other people ? », *Journal of Business Venturing*, vol. 13, n° 4, p. 275-294.

**Baron, R.A.** (2006). « Opportunity recognition as pattern recognition : How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities », *Academy of Management Perspective,* vol. 20, n° 1, p. 104-119.

**Baron, R.A., D.E. Byrne et N.R. Branscombe** (2006). *Social Psychology*, 11e éd., Boston, Pearson/Allyn & Bacon, 654 p.

**Baron, R.A. et M.D. Ensley** (2006). « Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns : Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs », *Management Science*, vol. 52, n° 9, p. 1331-1344.

**Baron, R.A. et G.D. Markman** (2000). « Beyond social capital : How social skills can enhance entrepreneurs' success », *Academy of Management Executive*, vol. 14, n° 1, p. 106-116.

**Baron, R.A. et T.B. Ward** (2004). « Expanding entrepreneurial cognition's toolbox : Potential contributions from the field of cognitive science », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28, n° 6, p. 553-573.

**Bartelsman, E., S. Scarpetta et F. Schivardi** (2003). « Comparative analysis of firm demographics and survival : Micro-level evidence for the OECD countries », Service de l'Économie, *Cahier de recherche* n° 348, Paris, OCDE.

**Barth, H.** (1999). « Barriers to growth in small firms », Mémoire de licence, Luleå, Université de Luleå.

**Baskerville, R.F.** (2003). « Hofstede never studied culture », *Accounting, Organization and Society*, vol. 2, n° 1, p. 1-14.

**Basso, O. et A. Fayolle** (2009). « L'entrepreneuriat organisationnel – Enjeux et perspectives », *Revue française de gestion*, vol. 35, n° 195, p. 87-91.

**Basu, A.** (1998). « An exploration of entrepreneurial activity among Asian small business in Britain », *Small Business Economics*, vol. 10, n° 4, p. 313-326.

**Baudrillard, J.** (1970). *La société de consommation*, Paris, Gallimard.

**Bauernschustera, S., O. Falck et S. Heblich** (2010). « Social capital access and entrepreneurship », *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 76, n° 3, p. 821-833.

**Baumard, P.** (1996). « Competitive advantage from tacit knowledge : Bringing some empirical evidence », *Cahier de recherche* n° 96.09, Université de Paris XII – Val-de-Marne, IRG.

**Baumol, W.J.** (1968). « Entrepreneurship in economic theory », *American Economic Review*, vol. 58, n° 2, p. 64-71.

**Baumol, W.J.** (1986). « Entrepreneurship and a century of growth », *Journal of Business Venturing*, vol. 1, n° 2, p. 141-146.

**Baumol, W.J., R.E. Litant et C.J. Schramm** (2007). *Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity*, New Haven, Yale University Press.

**Beaudoin, R. et J. St-Pierre** (1999). « Financement de l'innovation dans les PME : une recension récente de la littérature », Rapport de recherche, Développement économique Canada.

**Beccatini, G.** (1979). « Dal "settore industriale al distretto industriale". Alcune considerazione sull'unita di indagine delle'economia industriale », *Rivista di Economia e politica industriale*, n° 5, p. 8-19.

**Beccatini, G.** (1989). « Rifflessioni sul distretto industriale marshalliano come concetto socioeconomico », *Stato e mercato*, n° 25, p. 111-128.

**Becheikh, N., R. Landry et N. Amara** (2006). « Lessons from innovation empirical studies in the manufacturing sector. A systematic review of the literature from 1993-2003 », *Technovation*, vol. 26, nos 5-6, p. 644-664.

**Beckenstein, A.R.** (1976). « The economic of production and distribution as their impact on small business », *Journal of Contemporary Business*, vol. 2, n° 1, p. 25-46.

**Begley, T.M. et W.-L. Tan** (2001). « The sociocultural environment for entrepreneurship : A comparison between East Asian and Anglo-Saxon countries », *Journal of International Business Studies*, vol. 32, p. 537-553.

**Bellini, E., G.I.P. Ottaviano, D. Pinelli et G. Prarolo** (2008). « Cultural diversity and economic performance : Evidence form European regions », HWWI Research Program, *Cahier de recherche* n° 3-14, Migration Research Group, Hambourg, Hamburg Institute of International Economics.

**Benneworth, P. et D. Charles** (2005). « University spin-off policies and economic development in less successful regions : Learning from two decades of policy practice », *European Planning Studies*, vol. 13, n° 4, p. 537-557.

**Bentham, J.** (2000 [1787]). *An introduction to the Principles of Moral and Legislation*, Kitchener, Batoche Book.

**Berger, A.N. et G.F. Udell** (1998). « The economics of small business finance : The roles of private equity and debt markets in the financial growth cycle », *Journal of Banking and Finance*, vol. 22, n$^{os}$ 6-8, p. 613-673.

**Berger, B.** (1991). *The Culture of Entrepreneurship*, San Francisco, Institute for Contemporary Studies, ICS Press.

**Berger, B.** (1993). *Esprit d'entreprise, cultures et sociétés*, Paris, Maxima.

**Berger, P. et T. Luckman** (1986). *La construction sociale de la réalité*, Paris, Méridien.

**Berger, S. et M. Piore** (1980). *Dualism and Discontinuity in Industrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press.

**Bergson, H.** (1922). *Durée et simultanéité. À propos de la théorie d'Einstein*, 3e édition, Paris, Presses universitaires de France.

**Berle, A.A. et G.C. Mean** (1934). *Modern Corporation and Private Property*, New York, MacMillan.

**Bertrand, J.** (2012). *Les facteurs de risque commercial des projets d'innovation des PME*, Thèse de doctorat, Trois-Rivières, Université du Québec à Trois-Rivières.

**Besser, T.L. et N. Miller** (2011). « The structural, social, and strategic factors associated with successful business networks », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 23, nos 3-4, p. 113-133.

**Billaudot, B.** (1980). « Accumulation, croissance et emploi dans l'industrie française : rétrospective 1959-1974 », *Économie et statistique*, n° 127, p. 83-99.

**Billaudot, B.** (2001). *Régulation et croissance*, Paris, L'Harmattan.

**Binet, M.-E., F. Facchini et M. Koning** (2010). « Les déterminants de la dynamique entrepreneuriale dans les régions françaises (1994-2003) », *Revue canadienne des sciences régionales*, vol. 33, p. 73-88.

**Birch, D.** (1979). « The job generation process », Rapport non publié pour Economic Development Administration, U.S. Department of Commerce.

**Birch, D.** (1981). « Who creates jobs ? », *The Public Interest*, n° 65, p. 3-14.

**Birley, S., S. Cromie et A. Myers** (1991). « Entrepreneurial networks : Their emergence in Ireland and overseas », *International Small Business Journal*, vol. 9, n° 4, p. 56-74.

**Bishop, P.** (2012). « Knowledge, diversity and entrepreneurship : A spatial analysis of new firm formation in Great Britain », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 24, nos 7-8, p. 641-660.

**Blanchflower, D.G.** (2004). « Self-employment : More may not be better », National Bureau of Economic Research, Document de travail n° 10286.

**Blaug, M.** (1968). *Economic Theory in Retrospect*, Homewood, Irwin, p. 606-608.

**Block, J., P. Sandner et F. Spiegel** (2009). « Do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs ? », <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/17587/>.

**Bodin, J.** (1949 [1576]). *De la république,* Extraits, Paris, De Médicis.

**Boer, H. et W.E. During** (2001). « Innovation, what innovation ? A comparison between product, process and organizational innovation », *International Journal of Technology Management*, vol. 22, nos 1-3, p. 83-107.

**Boly, V.** (2004). *Ingénierie de l'innovation : organisation et méthodologies des entreprises innovantes*, Paris, Hermès Science.

**Bönte, W. et M. Keilbach** (2005). « Concubinage or marriage ? Informal and formal cooperation for innovation », *International Journal of Industrial Organization*, vol. 23, nos 3-4, p. 279-302.

**Borges, C., L.J. Filion et G. Simard** (2008). « Processus de création de nouvelles entreprises : temps, difficultés, changements et performance », *Cahier de recherche* n° 2008-06, Chaire d'entrepreneuriat Rogers – J.A. Bombardier, Montréal, HEC.

**Boschma, R.A.** (2005). « Proximity and innovation : A critical assessment », *Regional Studies*, vol. 39, n° 1, p. 61-74.

**Bosma, N., K. Jones, E. Autio et J. Levie** (2007). *Global Report*, Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.gemconsortium.org/docs/263/gem-2007-global-report>.

**Bosma, N., S. Wennekers et G. De Wit** (2001). « Explaining and forecasting the number of business owners : The case of Netherlands », Communication à la Babson Entrepreneurship Research Conference, Suède, 14 juin.

**Bourdieu, P.** (1980a). « Le capital social. Notes provisoires », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 31, p. 8-19.

**Bourdieu, P.** (1980b). *Le sens pratique*, Paris, Éditions de Minuit.

**Bourdieu, P.** (2000). *Les structures sociales de l'économie*, Paris, Seuil.

**Bowen, P.B. et D.D. de Clercq** (2008). « Institutional context and the allocation of entrepreneurial effort », *Journal of International Business Studies*, vol. 39, n° 4, p. 747-767.

**Brandt, N.** (2004). « Business dynamics in Europe », OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 2004/1, OECD Publishing.

**Braudel, F.** (1979). *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV^e^-XVIII^e^ siècles*, Paris, Armand Colin.

**Braudel, F.** (1985). *La dynamique du capitalisme*, Paris, Arthaud.

**Brockhaus, R.H.** (1980). « Risk taking propensity of entrepreneurs », *Academy of Management Journal*, vol. 23, n° 3, p. 509-520.

**Brockman, B.K., R.C. Becherer et J.H. Finch** (2006). « Influences on an entrepreneur's perceived risk : The role of magnitude, likehood and risk propensity », *Academy of Entrepreneurship Journal*, vol. 12, n° 2, p. 107-126.

**Brouwer, E. et A. Kleinknecht** (1996). « Firm size, small business presence and sales of innovative products : A micro-econometric analysis », *Small Business Economics*, vol. 8, n° 3, p. 189-201.

**Brouwer, M.** (2000). « Entrepreneurship and uncertainty : Innovation and competition among the many », *Small Business Economics*, vol. 15, n° 2, p. 149-160.

**Bruderl, J. et P. Preisendorfer** (1998). « Network support and the success of newly founded businesses », *Small Business Economics*, vol. 10, n° 2, p. 213-225.

**Bruque, S. et J. Moyano** (2007). « Organizational determinants of information technology adoption and implementation in SMEs : The case of family and cooperative firms », *Technovation*, vol. 27, n° 5, p. 241-253.

**Bruyat, C.** (1994). « Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat », *Revue française de gestion*, n° 101, p. 87-99.

**Bruyat, C.** (2001). « Créer ou ne pas créer ? Une modélisation du processus d'engagement dans un projet de création d'entreprise », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 1, n° 1, p. 25-42.

**Bruyat, C. et P.-A. Julien** (2001). « Defining the field of research in entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, vol. 16, n° 2, p. 17-27.

**Buenstorf, G.** (2007). « Creation and pursuit of entrepreneurial opportunities : An evolutionary economic perspective », *Small Business Economics*, vol. 28, n° 4, p. 323-337.

**Bull, I. et G.E. Willard** (1993). « Towards a theory of entrepreneurship », *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n° 3, p. 183-195.

**Bureau international du travail – BIT** (1992). *Wages Policy : Wages and Non-Wages Labour Cost and Their Relation to Employment Under Conditions of Structural Adjustment*, Genève, BIT.

**Busenitz, L.W.** (1996). « Research on entrepreneurial alertness », *Journal of Small Business Management*, vol. 34, n° 1, p. 35-45.

**Bygrave, W.D.** (1989). « The entrepreneurship paradigm (I) : A philosophical look at its research methodologies », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 14, n° 1, p. 7-26.

**Bygrave, W.D. et C.W. Hofer** (1991). « Theorizing about entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 2, p. 13-22.

**Cadieux, L.** (2005a). « La succession dans les PME familiales : proposition d'un modèle de réussite du processus de désengagement du prédécesseur », *Revue internationale PME*, vol. 18, n$^{os}$ 3-4, p. 31-50.

**Cadieux, L.** (2005b). « La succession dans les PME familiales : vers une compréhension plus spécifique de la phase du désengagement », *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 18, n° 3, p. 343-355.

**Cadieux, L.** (2006). « Étude sur la situation de la relève dans les entreprises manufacturières de la MRC de Drummond », Rapport de recherche, Centre universitaire PME, Université du Québec à Trois-Rivières.

**Cadieux, L. et F. Brouard** (2009). *La transmission des PME : perspectives et enjeux*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Cadieux, L. et B. Deschamps** (2011). *Le duo cédant repreneur*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Calantone, R., R. García et C. Dröge** (2003). « The effects of environmental turbulence on new product development strategy planning », *Journal of Product Innovation Management*, vol. 20, p. 90-103.

**Caliendo, M., F.M. Fossen et A.S. Kritikos** (2007). « Risk attitudes of nascent entrepreneurs – New evidence from an experimentally validated survey », *Small Business Economics*, vol. 32, n° 2, p. 153-167.

**Caliendo, M. et A.S. Kritikos** (2010). « Start-ups by the unemployed : Characteristics, survival and direct employment effects », *Small Business Economics*, vol. 35, n° 1, p. 71-92.

**Callejón, M. et A. Segarra** (1999). « Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions. The case of Spain », *Small Business Economics* ,vol. 13, nº 3, p, 253-271.

**Callon, M.** (1995). « L'innovation technologique et ses mythes », dans *La recherche sur l'innovation, une boîte de Pandore ?*, Montréal, Les cahiers scientifiques de l'ACFAS.

**Callon, M.** (1999). « Le réseau comme forme émergente et comme modalité de coordination : le cas des interactions stratégiques entre firmes industrielles et laboratoires académiques », dans M. Callon *et al.* (dir.), *Réseau et coordination*, Paris, Economica, p. 13-64.

**Calori, R., P. Very et J.L. Arrègle** (1997). « Les PMI face à la planification stratégique », *Revue française de gestion*, janvier-février, p. 11-23.

**Camagni, R.** (1991). « Development scenarios and policy guideline for the lagging regions in the 1990s », *Regional Studies*, vol. 26, n° 4, p. 361-374.

**Camagni, R. et D. Maillat** (dir.) (2006). *Milieux innovateurs : théorie et politiques*, Paris, Economica.

**Camuffo, A. et R. Grandinetti** (2011). « Italian industrial districts as cognitive systems : Are they still reproducible ? », *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 23, nos 9-10, p. 815-852.

**Cantillon, R.** (1997 [1755]). *Essai sur la nature du commerce en général*, Nouvelle impression de l'édition de 1952 basée sur le texte original de 1755, Paris, Institut national d'études démographiques.

**Carbonara, D.** (2002). « New models of inter-firms networks within industrial districts », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 14, n° 2, p. 229-246.

**Carland, J., F. Hoy, W. Boulton et J.A. Carland** (1984). « Differentiating entrepreneurs from small business owners : A conceptualization », *Academy of Management Review*, vol. 9, n° 3, p. 354-359.

**Carluer, F. et G. Gaulier** (2005). « The impact of the convergence in the industrial mix on regional comparative growth : Empirical evidence from the French case », *The Annals of Regional Science*, vol. 39, n° 1, p. 85-105.

**Carré, D. et N. Levratto** (2009). « Place et rôle des PME dans la dynamique de l'innovation, ou quand les politiques de soutien aux entreprises font système », *Revue internationale PME*, vol. 22, n° 1, p. 47-80.

**Carree, M. et R. Thurik** (2005). *Understanding the Role of Entrepreneurship for Economic Growth*, Rotterdam, Centre for Advanced Small Business Economics, Rotterdam School of Economics, Erasmus University.

**Carree, M., A. Van Stel, A.R. Thurik et A.R.M. Wennekers** (2002). « Economic development and business ownership : An analysis using data of 23 modern economies in the period of 1976-1996 », *Small Business Economics*, vol. 19, nº 3, p. 271-290.

**Carrier, C.** (2000). « L'intrapreneuriat. À la recherche de complices innovants et entreprenants », dans T. Verstraete (dir.), *Histoire d'entreprendre : les réalités de l'entrepreneuriat*, Paris, Éditions Management et Société, p. 199-210.

**Carrier, C.** (2008). « L'intrapreneuriat : évolution et tendances dans les connaissances et les pratiques », dans C. Schmitt (dir.), *Regards prospectifs sur les pratiques entrepreneuriales*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 71-84.

**Carrier, C., P.-A. Julien et W. Menvielle** (2006). « Un regard critique sur l'entrepreneuriat féminin. Une synthèse des études des 25 dernières années », *Revue internationale de gestion*, vol. 31, n° 2, p. 36-50.

**Carrier, M.** (1992). *Structuration d'un système industriel de PME*, Thèse de doctorat, Québec, Université Laval.

**Carsrud, A.L. et M. Bränndback** (2011). « Entrepreneurial motivations : What do we still need to know ? », *Journal of Small Business Management*, vol. 49, n° 1, p. 9-26.

**Carsrud, A.L. et R.W. Johnson** (1989). « Entrepreneurship : A social psychological perspective », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 1, n° 1, p. 21-31.

**Carton, R.B., C.W. Hofer et M.D. Meeks** (1998). « The entrepreneur and entrepreneurship : Operational definitions of their role in society », <http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/1998/32.pdf>, p. 1-12.

**Casson, M.** (1982). *The Entrepreneur*, Oxford, Basic Blackwell.

**Casson, M.** (1991). *L'entrepreneur*, Paris, Economica.

**Catin, M.** (1991). « Économies d'agglomération et gains de productivité », *Revue d'économie régionale et urbaine*, n° 5, p. 565-598.

**Cefis, E. et O. Marsili** (2005). « A matter of life and death : Innovation and firm survival », *Industrial and Corporate Change*, vol. 14, n° 6, p. 1167-1192.

**Cerisier, C. et A. Lubot** (1992). « L'inertie de la firme », *Cahier de recherche* n° 01-92, Paris, École supérieure de commerce de Paris.

**Chabaud, D.** (2009). « Pour sortir de la naïveté sur la création d'entreprise », *L'expansion entrepreneuriat*, n° 1, p. 62-65.

**Chabaud, D. et R. Condor** (2009). « La formation des équipes entrepreneuriales. Une étude exploratoire », *Revue internationale PME*, vol. 22, n° 1, p. 81-102.

**Chalmers, A.F.** (1999). *What is this Thing Called Science ?*, 3e éd., Indianapolis, Hacket Publishing.

**Chandler, A.D.** (1988). *La main visible des managers : une analyse historique*, Paris, Economica.

**Chell, E.** (2001). *Entrepreneurship : Globalization, Innovation and Development*, Londres, Thompson Learning.

**Chicha, J. et P.-A. Julien** (1980). « Les stratégies des PME et leur adaptation au changement », Document de travail n° 80-05, GREPME, Université du Québec à Trois-Rivières.

**Choo, C.W.** (1998). *The Knowing Organization. How Organizations Use Information to Construct Meaning, Create Knowledge, and Make Decisions*, New York, Oxford University Press.

**Chrisman, J.J. et J. Leslie** (1989). « Strategic, administrative, and operating problems : The impact of outsiders on small firm performance », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, n° 3, p. 37-50.

**Chu, P.Y., M.-J. Teng, C.-T. Lee et H. Chiu** (2010). « Spin-off strategies and performance : A case study of Taiwan's acer group », *Asian Business & Management*, vol. 9, p. 101-125.

**Churchill, B.C.** (1955). « Age and expectancy of business firms », *Survey of Current Business*, décembre, p. 3-25.

**Clark, J.M.** (1926). « Social control of business », dans W.A. Lewis (dir.), *The Principles of Economic Planning*, s.l., Dennis Dobson Publishing, p. 87-98.

**Cliff, A. et J. Ord** (1973). *Spatial Autocorrelation*, Londres, Pion.

**Cobbenhagen, J.** (2000). *Successful Innovation. Towards a New Theory for the Management of Small and Medium-Sized Enterprises*, Cheltenham, Edward Elgar, 384 p.

**Cohen, W. et D. Levinthal** (1990). « Absorptive capacity : A new perspective on learning and innovation », *Administrative Science Quarterly*, vol. 35, n° 1, p. 128-152.

**Cohendet, P.** (2003). « Innovation et théorie de la firme », dans P. Mustar et H. Penan (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p. 383-403.

**Cohendet, P.** *et al.* (1999). *Réseau et coordination*, Paris, Economica.

**Coleman, J.** (1988). « Social capital in the creation of Human Capital », *American Journal of Sociology*, vol. 94, p. 95-120.

**Collins, O., D. Moore et D. Unwella** (1964). *The Enterprising Man*, East Landing, Michigan State University Press.

**Colombo, M.G., K. Laursen, M. Magnusson et C. Rossi-Lamastra** (2012). « Introduction. Small business and networked innovation : Organizational and managerial challenges », *Journal of Small Business Management*, vol. 50, n° 2, p. 181-190.

**Colson, C.** (1917). *Cours d'économie politique*, livre deuxième, Paris, Gauthier Villars et Félix Alcan.

**Commission européenne** (2003). *Livre vert : l'esprit d'entreprise en Europe*, Bruxelles, Communauté européenne.

**Commission européenne** (2005). « Innovation and employment in European firms : Microeconometric evidence (IEEF) », Rapport final, Luxembourg, EU Research on Social Sciences & Humanities.

**Commission européenne** (2012). *Entrepreneurship 2020 Action Plan : Reigniting the Entrepreneurial Spirit in Europe*, Bruxelles, Commission européenne, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:en:PDF>.

**Commons, J.** (1919). *Industrial Good Will*, New York, McGraw-Hill, cité par G. Pirou, *Théorie économique aux États-Unis : l'économie institutionnelle*, tome II, 2e édition, Paris, Domat-Montchrétien.

**Companys, Y.-E. et J.-S. McMullen** (2007). « Strategic entrepreneurs at work : The nature, discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities », *Small Business Economics*, vol. 28, n° 4, p. 301-323.

**Conference Board – National Industrial Conference Board Inc.** (1951). « Personal administration in the small company. Highlights for the executive », *Studies in Personal Policy*, n° 117, New York, National Industrial Conference Board Inc.

**Congregado, E., A. Golpe, J.M. Millán et J. Roman** (2008). « Building a statistical system on entrepreneurship : A theoretical framework », dans E. Congregado (dir.), *Measuring Entrepreneurship. Building a Statistical System*, New York, Springer Science Business Media, p. 307-338.

**Conklin Frederking, L.** (2004). « A cross-national study of culture, organization and entrepreneurship in three neighbourhoods », *Entrepreneurship and Regional Development,* vol. 16, n° 3, p. 197-215.

**Contini, B. et R. Revelli** (1987). « The process of job destruction and job creation in the Italian economy », *Labour*, vol. 1, n° 3, p. 13-22.

**Conway, P.** *et al.* (2005). *Product Market Regulation and Productivity Growth*, Paris, OCDE.

**Cooke, P.** (2001). « Regional innovation systems, clusters, and the knowledge economy », *Industrial and Corporate Change*, vol. 10, n° 4, p. 945-956.

**Cooke, P., M. Heidenreich et H.-J. Braczyk** (2004). *Regional Innovation Systems, The Role of Governances in Globalized World*, Londres, Routledge.

**Cooper, A.C.** (1964). « R&D is more efficient in small companies », *Harvard Business Reviews*, mai-juin, p. 75-83.

**Cooper, A.C., W.C. Dunkelberg, C.Y. Woo et W.J. Dennis** (1990). *New Business in America : The Firms and Their Owners*, Washington, D.C., NFIB Foundation.

**Cossette, J. et S. Mélançon** (2010). *Le renouvellement de l'entrepreneuriat au Québec. Un regard sur 2013 et 2018*, Québec, Direction de l'analyse économique, Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation.

**Cossette, P.** (1994). *Cartes cognitives et organisation*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Côté, M., D. Denis et C. Roy** (2008). *Capital d'amorçage*, Rapport réalisé pour un groupe d'investisseurs et d'universités, Montréal, SECOR.

**Cotta, A.** (1980). *La société ludique*, Paris, Grasset.

**Counot, S. et S. Mulic** (2004). « Le rôle économique des repreneurs d'entreprise », *INSEE première*, n° 975, p. 1-4.

**Coviello, N.E., R.J. Brodie et H.J. Munro** (2000). « An investigation of marketing practice by firm size », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, n° 5, p. 523-545.

**Craig, J.B. et N.J. Lindsay** (2001). « Quantifying "gut feeling" in the opportunity recognition process », dans W. Bygrave, E. Autio, C.G. Brush, P. Davidsson, P.G. Green, P.D. Reynolds et H.J. Sapienza (dir.), *Frontiers of Entrepreneurship Research : Proceedings of the Twenty-First Annual Entrepreneurship Research Conference*, Wellesley, Babson College, p. 124-137.

**Cremer, J. et M.A. Sirbu Jr.** (1978). « Une analyse économétrique de l'effort de recherche et développement de l'industrie française », *Revue économique*, vol. 29, n° 5, p. 940-957.

**Cuche, D.** (1996). *La notion de culture dans les sciences sociales*, Paris, La Découverte.

**Cuervo, Á., D. Ribeiro et S. Roig** (dir.) (2007). *Entrepreneurship Concepts, Theory and Perspective*, Berlin, Heidelberg Springer-Verlag, p. 1-20.

**Cumming, B.S.** (1998). « Innovation overview and future challenges », *European Journal of Innovation Management*, vol. 1, n° 1, p. 21-29.

**Curran, J. et R.A. Blackburn** (2001). *Researching the Small Enterprise*, Londres, Sage Publications.

**Daft, R.L. et R.H. Lengel** (1984). « Information richness : A new approach to managerial behavior and organizational design », *Research in Organizational Behavior*, vol. 6, n° 2, p. 191-233.

**Daft, R.L. et R.H. Lengel** (1986). « Organizational information requirements, media richness and structural design », *Management Science*, vol. 32, n° 5, p. 554-571.

**Daft, R.L., J. Sormunen et D. Parks** (1988). « Chief executive scanning, environmental characteristics, and company performance : An empirical study », *Strategic Management Journal*, vol. 9, p. 123-139.

**Daft, R.L. et K. Weick** (1987). « Toward a model of organizations as interpretation systems », *Academy of Management Review*, vol. 9, n° 2, p. 284-295.

**Dagnino, G.B., F. Le Roy et S. Yami** (2007). « La dynamique des stratégies de coopétition », *Revue française de gestion*, vol. 33, n° 176, p. 87-98.

**Damanpour, F.** (1992). « Organizational size and innovation », *Organization Studies*, vol. 13, n° 3, p. 375-402.

**D'Amboise, G.** (1997). *Quelles gestions stratégiques pour les PME ?*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Davidsson, P.** (1989). *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*, Stockholm, Small Business Institute.

**Davidsson, P.** (1991). « Continued entrepreneurship : Ability, need and opportunity as determinants of small firms growth », *Journal of Business Venturing*, vol. 6, n° 6, p. 405-429.

**Davidsson, P.** (2001). « Entrepreneurship : What it is, what it isn't and how we can study it », Communication au colloque de Babbon/Kaufmann Foundation, Boulder.

**Davidsson, P.** (2005). « Culture, structure and regional levels of entrepreneurship », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 7, n° 1, p. 41-62.

**Davidsson, P. et B. Honig** (2003). « The role of human and social capital among nascent entrepreneurs », *Journal of Business Venturing*, vol. 18, n° 3, p. 301-331.

**Davidsson, P., M.B. Low et M. Wright** (2001). « Editor's introduction : Low and MacMillan ten years on : Achievements and future directions for entrepreneurship research », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n° 4, p. 5-15.

**Davis, S.J., J. Haltiwanger, R.-S. Jarmin, C.-J. Krizan, J. Miranda, A. Nucci et K. Sandusky** (2007). *Measuring the Dynamics of Young and Small Businesses : Integrating the Employer and Non Employer Universes*, Document de travail, Cambridge, National Bureau of Economic Research, <http://www.nber.org/papers/w13226.pdf>.

**Davis, S.J., J. Haltiwanger et S. Schuh** (1996). « Small business and job creation : Dissecting the myth and reassessing the facts », *Small Business Economics*, vol. 8, n° 3, p. 297-315.

**Davis, T.** (2006a). « Understanding entrepreneurship : Developing indicators for international comparison and assessment », Rapport, Paris, OCDE.

**Davis, T.** (2006b). « How many entrepreneurs does it take to change a nation ? », *Business Strategy Review*, vol. 17, n° 4, p. 68-73.

**Davis, T.** (2008). « Understanding entrepreneurship : Developing indicators for international comparisons and assessments », dans E. Congregado (dir.), *Measuring Entrepreneurship : Building a Statistical System*, New York, Springer, p. 39-63.

**De Brabandère, L.** (1998). *Le management des idées : de la créativité à l'innovation*, Paris, Dunod, 183 p.

**Defays, L. et J. St-Pierre** (2012). « Réflexion du dirigeant de PME dans un contexte difficile : quelle place pour les valeurs personnelles de l'individu à la tête de l'entreprise ? », Actes du XI[e] CIFEPME, octobre, Brest, France.

**De Jong, J.P.J. et M. Freel** (2010). « Absorptive capacity and the reach of collaboration in high technology small firms », *Research Policy*, vol. 39, n° 1, p. 47-54.

**De Jong, J.P.J. et O. Marsili** (2006). « The fruit flies of innovations : A taxonomy of innovative small firms », *Research Policy*, vol. 35, n° 2, p. 213-229.

**Deleuze, G.** (1953). *Empirisme et subjectivité*, Paris, Presses universitaires de France, 152 p.

**Delmar, F., P. Davidsson et W. Gartner** (2003). « Arriving at high-growth firms », *Journal of Business Venturing*, vol. 18, n° 2, p. 189-216.

**De Palo, D., R. Faini et A. Venturini** (2006). « The social assimilation of emigrants », Center for Economic and Policy Research, Document de discussion n° 5992, 32 p.

**De Pérefixe, H.** (1644). *Histoire du roi Henri le Grand. Suivie d'un recueil de quelques belles actions et paroles mémorables de ce prince*, Lyon, De l'imprimerie J.M. Barret, Place des Terreaux.

**Derrida, J.** (1981). *Position*, Chicago, University of Chicago Press, 114 p.

**Deschamps, B.** (2000). *Le processus de reprise d'entreprise par les entrepreneurs personnes physiques*, Thèse de doctorat, Grenoble, Université Pierre-Mendès-France.

**De Serres, O.** (2001 [1600]). *Théâtre d'agriculture et mesnage des champs*, 25e éd., Arles, Actes Sud.

**Desmares-Decaux, J.** (2013). « Comment réussir son entrée "précoce" sur les marchés internationaux », dans J. St-Pierre et M. Trépanier (dir.), *Créer et développer une PME dans une économie mondialisée : études de cas réels d'entreprises*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 365 p.

**Desrochers, P. et F. Sautet** (2008). « Entrepreneurial policy : The case of regional specialization vs. spontaneous industrial diversity », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 32, n° 5, p. 813-832.

**Dess, G.G. et D.W. Beard** (1984). « Dimensions of organizational task environments », *Administrative Science Quarterly*, vol. 29, p. 52-73.

**de Tocqueville, A.** (1990 [1835]). *De la démocratie en Amérique*, première édition revue et augmentée par Eduardo Nolla, 2 tomes, Paris, Librairie philosophique J. Vrin.

**Didier, M.** (1980). « Crise et concentration du système productif », *Économie et statistique*, n° 144, p. 3-12.

**Dimov, D.** (2007). « Beyond the single-person, single-insight attribution in understanding entrepreneurial opportunities », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 5, p. 713-723.

**Dobbs, M. et R.T. Hamilton** (2007). « Small business growth recent evidence and new directions », *International Journal of Entrepreneurial Behaviour*, vol. 13, n° 5, p. 296-322.

**Dokou, G.-A.-K., M. Badoux et M. Roge** (2000). *L'accompagnement managérial et industriel de la PME – L'entrepreneur, l'universitaire et le consultant*, Paris, L'Harmattan.

**Doloreux, D. et S. Dionne** (2008). « Is regional innovation system development possible in peripherical regions ? Some evidence from the case of La Pocatière, Canada », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 20, n° 3, p. 259-283.

**Doloreux, D. et Y. Mélançon** (2007). « Réseaux d'innovation dans les PME en Estrie », *Revue internationale PME*, vol. 20, n° 1, p. 69-90.

**Dosi, G.** (1988). « Sources, and microeconomic procedures, effects of innovation », *Journal of Economic Literature*, vol. 26, n° 3, p. 1120-1171.

**Downing, S.** (2005). « The social construction of entrepreneurship : Narrative and dramatic processes in the coproduction of organization in identities », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29, n° 2, p. 185-204.

**Doz, Y.** (1996). « The evolution of cooperation in strategic alliances : Initial conditions or learning process », *Strategic Management Journal*, vol. 17, n° 1, p. 55-83.

**Drennan, J., J. Kennedy et P. Renfrow** (2005). « Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions », *Entrepreneurship and Innovation*, vol. 6, p. 231-238.

**Drucker, P.** (2001). « The next society : A survey of the near future », *The Economist*, 3 novembre.

**Dubini, P. et H.E. Aldrich** (1991). « Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process », *Journal of Business Venturing*, vol. 6, n° 5, p. 305-313.

**Dumont, F.** (1968). *Le lieu de l'homme : la culture comme distance et mémoire*, Montréal, Édition HMH.

**Duncan, R.B.** (1972). « Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainties », *Administrative Science Quarterly*, vol. 17, p. 313-327.

**Dunkelgerg, W.-G. et A.-C. Cooper** (1982). « Patterns of small business growth », *Academy of Management Proceedings*, p. 409-413.

**Durkeim, E.** (1893). *De la division du travail social*, Paris, Presses universitaires de France, 416 p.

**Dutta, D.K. et M.-M. Crossan** (2005). « The nature of entrepreneurial opportunities : Understanding the process using the 4I organizational learning framework », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 17, n° 4, p. 425-449.

**Eckhardt, J.T. et S.A. Shane** (2003). « Opportunities and entrepreneurship », *Journal of Management*, vol. 29, n° 3, p. 333-349.

**Eisenhardt, K.M.** (1990). « Speed and strategic choice : How managers accelerate decision making », *California Management Review*, vol. 32, n° 3, p. 39-55.

**Eisenhardt, K.M. et J.A. Martin** (2000). « Dynamic capabilities : What are they ? », *Strategic Management Journal*, vol. 21, n$^{os}$ 10-11, p. 1105-1121.

**Engwall, I.** (1976). « Response time of organizations », *Journal of Management Studies*, vol. 13, n° 1, p. 1-15.

**Epifanio, R.** (1995). « Innovazioni technologiche e dimensione di impresa : una interpretazione », *Piccola Impresa*, n° 1, p. 81-97.

**Estrin, S.** *et al.* (2012). « Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations ? », *Journal of Business Venturing*, vol. 28, n° 4, p. 564-580.

**Etemad, H. et R.W. Wright** (2003). « Internationalization of SMEs : Toward a new paradigm », *Small Business Economics*, vol. 20, n° 1, p. 1-4.

**Ettlie, J.E., W.P. Bridges et R. O'Keefe** (1984). « Organization strategy and structural differences for radical versus incremental innovation », *Management Science*, vol. 30, n° 6, p. 682-695.

**Eurostat-OCDE** (2007). *Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics*, Eurostat Methodologies and Working Papers.

**Evans, D.S. et L.S. Leighton** (1989). « The determinants of change in US self-employment », *Small Business Economics*, vol. 1, n° 2, p. 111-119.

**Everaere, C.** (1997). *Management de la flexibilité*, Paris, Economica.

**Executive Forum** (1986). « To really learn about entrepreneurship, let's study habitual entrepreneurs », *Journal of Business Venturing*, vol. 1, n° 3, p. 241-243.

**Fabi, B. et D. Garand** (2005). « La gestion des ressources humaines dans les PME », dans P.-A. Julien (dir.), *Les PME. Bilan et perspectives*, chap. 13, Québec, Presses Inter-universitaires.

**Fabre, V.** (2007). « Les créations d'entreprises poursuivent leur hausse en 2006 », *INSEE première*, n° 1120, janvier, p. 1-4.

**Fagerberg, J., M. Fosaas et K. Sapprasert** (2012). « Innovation : Exploring the knowledge base », *Research Policy*, vol. 41, n° 7, p. 1132-1153.

**Fairlie, R.W.** (2005). *Kauffman Index of Entrepreneurial Activity*, *National Report 1996-2005*, Kansas City, Kauffman Foundation.

**Fayolle, A.** (2004). « Entrepreneuriat : de quoi parlons-nous ? », *Expansion Management Review*, vol. 114, p. 67-74.

**Fayolle, A.** (2005). *Introduction à l'entrepreneuriat*, Paris, Dunod, coll. « Les Topos ».

**Fayolle, A. et E.M. Hernandez** (2007). « Des avancées majeures dans le champ et toujours une grande diversité des situations », *Gestion 2000*, vol. 24, n° 3, p. 15-23.

**Fayolle, A., P. Kyrö et J. Ulijn** (2005). *Entrepreneurship Research in Europe. Outcomes and Perspectives*, Cheltenham, Edward Elgar.

**Feldman, P.H., P. Nadash et M. Gursen** (2001). « Improving communication between researchers and policy makers in long term care : Or researchers are from Mars, policy makers are from Venus », *The Gerontologist*, vol. 41, n° 3, p. 312-321.

**Ferro Cortez, L.M.** (2012). *Le processus de formation de l'opportunité dans le contexte de l'internationalisation des PME-HT*, Thèse de doctorat, Montréal, Université du Québec à Montréal.

**Ferru, M.** (2010). « Formation process and geography of science-industry partnerships : The case of the University of Poitiers », *Industry and Innovation*, vol. 17, n° 6, p. 531-549.

**Filion, L.J.** (1991). « Vision and relations : Elements for an entrepreneurial metamodel », *International Small Business Journal*, vol. 9, n° 2, janvier, p. 26-40.

**Filion, L.J.** (1999). « Le champ de l'entrepreneuriat : histoire, évolution, tendances », *Revue internationale PME*, vol. 10, n° 2, p. 129-172.

**Filion, L.J.** (2000). « Travail autonome : des volontaires et des involontaires. Vers de nouvelles formes de pratiques entrepreneuriales », *Gestion, Revue internationale de gestion*, vol. 24, n° 4, p. 48-56.

**Filion, L.J.** (2005). « Entrepreneurs et propriétaires dirigeants de PME », dans P.-A. Julien (dir.), *Les PME. Bilan et perspectives*, 3e éd., Presses Inter-universitaires, p. 143-182.

**Filion, L.J.** (dir.) (2007). *Management des PME*, Montréal, ERPI.

**Filion, L.J. et C. Bourion** (dir.) (2008). *Les représentations entrepreneuriales*, Paris, Eska.

**Filion, L.J., M. Ibanescu, K. Joyal, P.-A. Julien, O. Kay et S. Mélançon** (dir.) (2014). *Les soutiens à la croissance d'entreprises*, Rapport remis au Centre sur la productivité et la prospérité, Montréal, HEC.

**Filion, L.J., D. Luc et P.-A. Fortin** (dir.) (2003). *L'essaimage d'entreprises. Vers de nouvelles pratiques entrepreneuriales*, Montréal, Éditions Transcontinental, Presses HEC Montréal, 317 p.

**Flora, B.C. et J.L. Flora** (1993). « Entrepreneurial social infrastructure : A necessary ingredient », *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 529, p. 48-58.

**Florida, R.** (2001). « The geographia of bohemia », Cahier de recherche, Carnegie Mellon University.

**Flynn, D. et A.M. Forman** (2001). « Life cycles of new venture organizations : Different factors affecting performance », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 6, n° 1, p. 41-58.

**Fondation de l'entrepreneurship – FDE** (2014). « Indice entrepreneurial québécois 2014 : Qu'est-ce qui motive nos jeunes à faire le "grand saut" ? », Rapport réalisé en partenariat avec l'Institut d'entrepreneuriat Banque Nationale/HEC Montréal, présenté par la Caisse de dépôt et placement du Québec, <http://www.entrepreneurship.qc.ca/sites/default/files/docs/analyses/IEQ_CDP_2014_RapportComplet_11x8-5_VF-9>.

**Foray, D.** (2000). *L'économie de la connaissance*, Paris, La Découverte.

**Foray, D. et J. De Bandt** (dir.) (1991). *L'Économie de recherche et développement*, Paris, Éditions du CNRS.

**Ford, C.M.** (1996). « A theory of individual creative action in multiple social domains », *Academy of Management Review*, vol. 21, n° 4, p. 1112-1142.

**Forte, F.** (1971). « Le economie esterne marshalliane e la teoria contemporanea delle sviluppo », *Revue internationale des sciences sociales,* vol. XLII, n° 1, p. 117-160.

**Fortin, P.A.** (2002). *La culture entrepreneuriale, un antidote à la pauvreté.* Montréal, Éditions Transcontinental.

**Foucault, M.** (1969). *L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard.

**Fourastié, J.** (1979). *Les Trente Glorieuses ou la révolution invisible de 1946 à 1975*, Paris, Presses universitaires de France.

**Fourcade, C. et M. Polge** (2006). « Éditorial : Diversité des TPE de métier. Entre tradition et modernité », *Revue internationale PME*, vol. 19, n$^{os}$ 3-4, p. 7-11.

**Freel, M.S.** (2000). « External linkages and product innovation in small manufacturing firms », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 12, n° 3, p. 245-266.

**Freel, M.S.** (2005). « Perceived environmental uncertainty and innovation in small firm », *Small Business Economics*, vol. 25, n° 1, p. 49-64.

**Freitag, A. et R. Thurik** (dir.) (2010). *Entrepreneurship and Culture*, New York, Springer.

**Frenkel, A.** (2003). « Barriers and limitations in the development of industrial innovation in the region », *European Planning Studies*, vol. 11, n° 2, p. 115-137.

**Friis, C., T. Paulsson et C. Karlsson** (2002). *Entrepreneurship and Economic Growth : A Critical Review of Empirical and Theoretical Research*, Östersund, Instituet för Tillväxpoulitiska Studier (ITPS).

**Frishammar, J., H. Florén et J. Wincent** (2011). « Beyond managing uncertainty : Insights from studying equivocality in the fuzzy front end of product and process innovation projects », *Engineering Management, IEEE Transactions on*, vol. 58, n° 3, p. 551-563.

**Fujita, M., P. Krugman et A. Venables** (1999). *The Spatial Economy, Cities, Regions and International Trades*, Cambridge, MIT Press.

**Fu-Lay Yu, T.** (2001). « Entrepreneurial alertness and discovery », *The Review of Austrian Economics*, vol. 14, n° 1, p. 47-63.

**Gagnon, Y.-C. et J.-M. Toulouse** (1993). « Adopting new technologies : An entrepreneurial act », *Technovation*, vol. 13, n° 7, p. 411-424.

**Galbraith, J.R.** (1973). *Designing Complex Organizations*, New York, Addison-Wesley, 150 p.

**Gandois, J.M. et R. Brocard** (1978). « Grandes entreprises et PME », *Économie et statistique*, n° 96, p. 25-43.

**García, R. et R. Calantone** (2002). « A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology : A literature review », *The Journal of Product Innovation Management*, vol. 19, n° 2, p. 110-132.

**García-Cabrera, A.M. et G. García-Soto** (2008). « Cultural differences and entrepreneurial behaviour : An intra-country cross-cultural analysis in Cape Verde », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 20, n° 5, p. 451-483.

**Garofoli, G.** (1981). « Lo sviluppo delle "aree periferiche" nell'economia italiana degli anni Settanta », *L'industria*, n° 3, p. 391-404.

**Gartner, W.B.** (1985). « A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation », *Academy of Management Review*, vol. 10, n° 4, p. 696-706.

**Gartner, W.B.** (1988). « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question ? », *American Journal of Small Business*, vol. 12, n° 4, p. 11-32.

**Gartner, W.B.** (1989). « Who is an entrepreneur ? Is the wrong question », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, n° 4, p. 47-67.

**Gartner, W.B.** (1990). « What are we talking about when we talk about entrepreneurship ? », *Journal of Business Venturing*, vol. 5, n° 1, p. 15-29.

**Gartner, W.B.** (1993). « Words lead to deeds : Towards an organizational emergence vocabulary », *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n° 3, p. 231-239.

**Gartner, W.B.** (1995). « Aspects of organizational emergence », dans J. Bull, H. Thomas et G. Willard (dir.), *Entrepreneurship. Perspectives on Theory Building*, Oxford, Pergamon, p. 67-86.

**Gartner, W.B. et S.A. Shane** (1995). « Measuring entrepreneurship over time », *Journal of Business Venturing*, vol. 10, n° 4, p. 283-301.

**Gasse, Y.** (2003). « L'influence du milieu dans la création d'entreprises », *Organisations et Territoires*, vol. 12, n° 2, p. 49-56.

**Gasse, Y. et A. d'Amours** (2000). *Profession : entrepreneur*, Montréal, Éditions Transcontinental, 145 p.

**Genus, A. et A.-M. Coles** (2006). « Firm strategies for risk management in innovation », *International Journal of Innovation Management*, vol. 10, n° 2, p. 113-126.

**Ghio, S.** (1999). « Intégration économique et concentration spatiale : une revue de la littérature », *Région et développement*, vol. 10, n° 2, p. 127-149.

**Giacomin, O., F. Janssen, J. Guyot et O. Lohest** (2011). « Opportunity and/or necessity entrepreneurship ? The impact of the socioeconomic characteristics of entrepreneurs », *Cahier de recherche* n° 29506, <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/29506/2/MPRA_paper_29506.pdf>.

**Giannetti, M. et A. Simonov** (2004). « Social interactions and entrepreneurship », *Cahier de recherche*, Stockholm School of Economic.

**Gibb, A. et M. Scott** (1986). « Understanding small firm growth », dans M. Scott, A. Gibb, A. Lewis et T. Faulkner (dir.), *Small Firms Growth and Development*, Adelshot, Gower.

**Gifford, S.** (2003). « Risk and uncertainty », dans Z.J. Acs et D.B. Audretsch (dir.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Londres, Kluwer Academic Publishers, p. 37-53.

**Gilsing, V.A. et B. Nooteboom** (2005). « Density and strength of ties in innovation networks : An analysis of multi-media and biotechnology », *European Management Review*, vol. 2, n° 3, p. 179-197.

**Glaiser, E.L. et W.R . Kerr** (2009). « Local industrial conditions and entrepreneuship : how much to the spatial distribution can we explain ?, *Journal of Economics and Management Strategy*, vol. 18, n° 4, p. 623-663.

**Godet, M. et F. Roubelat** (1996). « Creating the future : The use and misuse of scenarios », *Long Range Planning*, vol. 29, n° 2, p. 164-171.

**Gold, B.** (1987). « Changing perspective on size, scale and return : An interpretative study », *Journal of Economic Literature*, vol. 19, n° 1, p. 5-34.

**Golpe, A.A. et A.J. Van Stel** (2008). « Self-employment and unemployment in Spanish regions in the period 1979-2001 », dans E. Congregado (dir.), *Measuring Entrepreneurship. Building a Statistical System*, New York, Springer Science Business Media, p. 191-204.

**Gomez, P.Y.** (1997). « Information et conventions : le cadre du modèle général », *Revue française de gestion*, n° 112, p. 217-239.

**Gould, J.P.** (1969). « Adjustment costs in the theory of investment of the firms », *Review of Economic Studies*, vol. 35, n° 1, p. 47-56.

**Granovetter, M.** (1973). « The strength of strong ties », *American Journal of Sociology,* vol. 78, n° 6, p. 1360-1380.

**Granovetter, M.** (1985). « Economic action, social structure and embeddedness », *American Journal of Sociology*, vol. 91, n° 3, p. 481-510.

**Grant, R.M.** (1996). « Toward a knowledge based theory of the firm », *Strategic Management Journal*, vol 17, n° 1, p. 109-122.

**Gray, C.** (2006). « Absorptive capacity, knowledge management and innovation in entrepreneurial small firms », *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 12, n° 6, p. 345-360.

**Greene, P.G. et T. Brown** (1997). « Resource needs and the dynamic capitalism typology », *Journal of Business Venturing*, vol. 12, n° 2, p. 161-173.

**Greene, P.G., C.G. Brush et M.M. Hart** (1999). « The corporate venture champion : A resources-based approach to role and process », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, n° 2, p. 102-122.

**Grégoire, D.A., M.X. Noël, R. Déry et J.-P. Béchard** (2006). « Is there conceptual convergence in entrepreneurship research ? A co-citation analysis of frontiers of entrepreneurship research, 1981-2004 », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 30, n° 3, p. 333-373.

**Greiff, A.** (1994). « Cultural beliefs and the organization of society : A historical and theoretical reflection on collectivist and individualist societies », *The Journal of Political Economy*, vol. 102, n° 5, p. 912-950.

**Greve, A. et J. Salaff** (2003). « Social networks and entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28, n° 1, p. 1-23.

**Grimand, A.** (2013). « La gestion des ressources humaines dans les PME en hypercroissance : frein ou levier ? », *Revue internationale PME,* vol. 26, n° 3-4, p. 89-115.

**Gross, H.** (1958). *Petites entreprises et grands marchés*, Paris, Éditions d'Organisation.

**Grossetti, M. et M.-P. Bès** (2003). « Dynamique de réseau et des cercles. Encastrement et découplage », *Revue d'économie industrielle*, vol. 103, p. 43-58.

**Guilhon, A.** (1998). « Pour une définition de la PME à partir du concept de contrôlabilité », dans O. Torrès (dir.), *PME. De nouvelles approches*, Paris, Economica, p. 55-67.

**Gundry, L.-K., M. Ben-Yoseph et M. Posig** (2002). « The status of women's entrepreneurship : Pathways to future entrepreneurship development and education », *New England Journal of Entrepreneurship*, vol. 5, n° 1, p. 39-50.

**Guth, W.D. et A. Ginsberg** (1990). « Guest editors' introduction : Corporate entrepreneurship », *Strategic Management Journal*, vol. 11, n° 5, p. 5-15.

**Habermas, J.** (1987a). *Théorie de l'agir communicationnel, tome 1 : Rationalité de l'action et rationalisation de la société*, Paris, Fayard.

**Habermas, J.** (1987b). *Théorie de l'agir communicationnel, tome 2 : Pour une critique de la raison fonctionnaliste*, Paris, Fayard.

**Hadjimanolis, A.** (1999). « Barriers to innovation for SMEs in a small less developed country (Cyprus) », *Technovation*, vol. 19, n° 9, p. 561-570.

**Haily, T. et S. Côté** (2001). « Le capital social : indispensable, mais insaisissable », *Problèmes économiques*, vol. 2, n° 717, 13 juin, p. 23-29.

**Hall, B.H., F. Lotti et J. Mairesse** (2009). « Innovation and productivity in SMEs : Empirical evidence for Italy », *Small Business Economics*, vol. 33, n° 1, 13-33.

**Hamberg, D.** (1966). *R&D : Essays on the Economics of Research and Development*, New York, Random House, 170 p.

**Hanks, S.H., C.J. Watson, E. Jansen et G.N. Chandler** (1993). « Tightening the life-cycle construct : A taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organizations », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18, p. 5-30.

**Hanlon, D. et C. Saunders** (2007). « Marshaling resources to form small new ventures : Toward a more holistic understanding of entrepreneurial support », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 4, p. 619-641.

**Hansen, J.A.** (1992). « Innovation, firm size, and firm age », *Small Business Economics*, vol. 4, n° 1, p. 37-44.

**Hansen, M.** (1999). « The research transfer problem : The role of weak ties in sharing knowledge across organization subunits », *Administrative Science Quarterly*, vol. 44, n° 1, p. 82-109.

**Harada, H.** (2010). « Social capital from the view point of policy : An essay », *The Senshu Social Capital Review*, n° 1, p. 67-88, <http://www.senshu-u.ac.jp/scapital/pdf/04Harada,sscr1.pdf>.

**Harrisson, B.** (1994). *Lean and Mean*, New York, Basic Books.

**Harrisson, B. et A. Sum** (1979). « A theory of "dual" or segmented labor market », *Journal of Economic Labours*, vol. 13, n° 3, p. 687-706.

**Hawley, F.** (1907). *Enterprise and the Production Process*, New York, G.P. Putnam.

**Hayek, F.A.** (1978). *New Studies in Philosophy, Politics, Economics, and the History of Ideas*, Londres, Routledge et Kegan Paul.

**Hébert, G. et C. Mélançon** (2005). *Les PME au Québec en 2005*, MDEIE, octobre, non publié.

**Hewitt-Dundas, N.** (2006). « Resource and capability constraints to innovation in small and large plants », *Small Business Economics*, vol. 26, n° 3, p. 257-277.

**Hills, G. et R. Shrader** (1998). « Successful entrepreneurs insights into opportunity recognition », dans P. Reynolds, W. Bygrave, N. Carter, S. Manigart, C. Mason, G. Meyer et K. Shaver (dir.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, Babson College, p. 216-227.

**Hindle, K.** (2006). « A measurement framework for international entrepreneurship policy research : From impossible index to malleable matrix », *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 3, n° 2, p. 139-182.

**Hindle, K.** (2010). « How community context affects entrepreneurial process : A diagnostic framework », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 22, n$^{os}$ 7-8, p. 599-647.

**Hite, J.M.** (2005). « Evolutionary processes and paths of relationally embedded network ties in emerging entrepreneurial firms », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29, p. 113-123.

**Hjorth, D.** (2001). *Rewriting Entrepreneurship*, Vâxjö, Vâxjö University Press.

**Hodgson, G.** (1988). *Economics and Institutions : A Manifesto for a Modern Institutional Economics*, Cambridge, Polity Press.

**Hoffman, K., M. Parejo, J. Bessant et L. Perren** (1998). « Small firms, R&D, technology and innovation in the UK : A literature review », *Technovation*, vol. 18, n° 1, p. 39-55.

**Hofstede, G.** (1987). « Relativité culturelle des pratiques et théories de l'organisation », *Revue française de gestion*, n° 64, p. 10-21.

**Hofstede, G.** (1994). *Cultures and Organization. Intercultural Cooperation and its Importance*, Londres, Harper Collins.

**Holcombe, R.** (1998). « Entrepreneurship and economic growth », *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 1, n° 2, p. 45-62.

**Holmlund, M., S. Kock et V. Vanyushyn** (2007). « Small and medium-sized Enterprises' internationalization and the influence of importing on exporting », *International Small Business Journal*, vol. 25, n° 5, p. 459-475.

**Hovgaard, A. et E. Hansen** (2004). « Innovativeness in the forest products industry », *Forest Products Journal*, vol. 54, n° 1, p. 26-33.

**Huang, H.-C., H.Y. Shih et Y.-C. Wu** (2010). « Contagion effects of national innovative capacity : Comparing structural equivalence and cohesion models », *Technological Forecasting et Social Change*, vol. 78, n° 2, p. 244-255.

**Huaut, I.** (dir.) (2002). *La construction sociale de l'entreprise. Autour des travaux de Mark Granovetter*, Paris, Éditions EMS.

**Huergo, E. et J. Jaumandreu** (2004). « Firms' age, process innovation and productivity growth », *International Journal of Industrial Organization*, vol. 22, n° 4, p. 541-559.

**Huggins, R. et A. Johnston** (2010). « Knowledge flow and inter-firm networks : The influences of networks resources, spatial proximity and firm size », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 22, n° 5, p. 425-452.

**Hugues, T.P.** (1986). « The seamless Web : Technology, science, etcetera, etcetera », *Social Studies of Science,* vol. 16, n° 2, p. 281-292.

**Huriot, J.-M. et L. Bourdeau-Lepage** (2009). *Économie des villes contemporaines*, Paris, Economica, 366 p.

**Ijiri, Y. et H.A. Simon** (1977). *Skew Distribution and the Size of Business Firms*, Amsterdam, North Holland.

**Industrie Canada** (2013). « Principales statistiques relatives aux petites entreprises », Direction de la petite entreprise, site Web <http://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/h_02689.html>.

**Institut de la statistique du Québec – ISQ** (2012). « L'innovation dans le secteur de la fabrication au Québec entre 2008 et 2010 », Rapport d'enquête, 128 p., <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/innovation/innovation-fabrication.pdf>, Rapport sommaire présenté au MDEIE le 19 avril.

**Institut de la Statistique du Québec – ISQ** (2013). « Les brevets d'invention », <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/bulletins/sti-bref-201303-1.pdf>.

**Ireland, R.D., D.F. Kuratko et M.H. Morris** (2006). « A health audit for corporate entrepreneurship : Innovation at all levels, Part I », *Journal of Business Strategy*, vol. 27, n° 1, p. 10-17.

**Isard, W.** (1956). *Location and Space-Economy*, New York, John Wiley.

**Isenberg, D.** (2010). « How to start an entrepreneurial revolution », *Harvard Business Review*, vol. 88, n° 6, p. 40-50.

**Iversen, J., R. Jørgensen et N. Malchow-Møller** (2008). « Defining and measuring entrepreneurship », *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, vol. 14, n° 1, p. 1-63.

**Jacob, R., P.-A. Julien et L. Raymond** (1997). « Compétitivité, savoirs stratégiques et innovation : les leviers de l'apprentissage collectif en contexte de réseau », *Gestion. Revue internationale de gestion*, vol. 22, n° 3, p. 93-100.

**Jacobs, J.** (1984). *Cities and the Wealth of Nations : Principles of Economic Life*, New York, Random House.

**James, W.** (1908). *Handbook of Psychology*, 2e éd., New York, Holt.

**Janssen, F.** (2011). *La croissance de l'entreprise. Une obligation pour les PME ?*, Bruxelles, De Boeck.

**Janssen, F., S. Bacq et F. Brouard** (2012). « L'entrepreneuriat social. Un thème pour la recherche passée, présente et future », *Revue internationale PME*, vol. 25, nos 3-4, p. 17-44.

**Jaouen, A. et O. Torrès** (dir.) (2008). *Les très petites entreprises : un management de proximité*, Paris, Hermes Science-Lavoisier.

**Jean, B.** (2009). « Social capital in rural communities : The intangible factor in local development », Communication au ICRPS, Glasgow, Écosse.

**Jensen, M.C. et W.H. Meckling** (1976). « Theory of the firm : Managerial behaviour agency costs and ownership structure », *Journal of Financial Economics*, vol. 3, n° 4, p. 305-360.

**Jewkes, J., D. Sawers et R. Stillerman** (1969). *The Sources of Invention*, 2e éd., New York, MacMillan, 372 p.

**Johannisson, B.** (1983). « Swedish evidence or the potential of local entrepreneurship in regional development », *European Small Business Journal*, vol. 1, n° 2, p. 11-24.

**Johannisson, B.** (1996). « The dynamic of entrepreneurial networks », dans P. Reynolds *et al.* (dir.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, Babson College, p. 253-267.

**Johannisson, B.** (2011). « Sobre el carácter social del espíritu empresarial », dans R. Varela (dir.), *Desarrollo, Innovatión Cultura Empresarial*, Cali, Colombie, ICESI, p. 59-85.

**Johannisson, B., O. Alexanderson, K. Nowicki et K. Sennenth** (1994). « Beyond anarchy and organization : Entrepreneurship in contextual networks », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 6, n° 3, p. 329-356.

**Johanson, J. et J.E. Vahlne** (1977). « The internationalization process of the firm : A model of knowledge development and increasing foreign market development », *Journal of International Business Studies*, vol. 8, n° 1, p. 23-32.

**Johanson J. et F. Wiedersheim-Paul** (1975). « The internationalization of the firm. Four Swedish case studies », *Journal of Management Studies*, vol. 12, n° 3, p. 305-323.

**Johnson-Laird, P.** (1983). *Mental Models*, Boston, Harvard University Press.

**Johnstone, H. et D. Lionais** (2004). « Depleted communities and community business entrepreneurship : Revaluing space through place », *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 16, n° 3, p. 217-233.

**Joly, P.B.** (2003). « La gestion d'une innovation controversée : l'exemple des biotechnologies végétales », dans P. Mustar et H. Penan (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p. 579-595.

**Jones, C., W.S. Hesterly et S.P. Borgatti** (1997). « A general theory of network governance : Exchange conditions and social measurement », *Academy of Management Review*, vol. 22, n° 4, p. 911-945.

**Jones, C. et A. Spicer** (2009). *Unmasking the Entrepreneur*, Cheltenham, Edward Elgar, 160 p.

**Jouaen, A. et O. Torrès** (2008). *Les très petites entreprises. Un management de proximité*, Paris, Hermès Lavoisier.

**Julien, P.-A.** (1989). « The entrepreneur and economic theory », *International Small Business Journal*, vol. 7, n° 3, p. 29-38.

**Julien, P.-A.** (1992). « The role of local institutions in the development of industrial districts : The Canadian experience », dans F. Pyke et W. Sengenberger (dir.), *Industrial Districts and Local Economic Regeneration*, Genève, ILO, p. 197-215.

**Julien, P.-A.** (1993a). *Les petites et moyennes entreprises. Technologie et compétitivité*, Paris, OCDE.

**Julien, P.-A.** (1993b). « The small businesses as a research subject. Some reflexions on the knowledge of small business and its effect on economic theory », *Small Business Economics*, vol. 5, n° 2, p. 157-166.

**Julien, P.-A.** (1996). « Le contrôle de l'information "riche" par des réseaux : clé du dynamisme des PME », IIIe Congrès international francophone de la PME, Trois-Rivières.

**Julien, P.-A.** (2001). « Les PME à forte croissance et la métaphore du jazz. Comment gérer l'improvisation de façon cohérente », *Revue internationale PME*, vol. 14, nos 3-4, p. 129-161.

**Julien, P.-A.** (2005). *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance. Une métaphore des romans policiers*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Julien, P.-A.** (2008). « Trente ans de théorie en PME : de l'approche économique à la complexité », *Revue internationale PME*, vol. 18, n° 2, p. 119-144.

**Julien, P.-A.** (2010). « Opportunités, information et temps », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 9, n° 1, p. 24-34.

**Julien, P.-A.** (2014). « Impact des politiques de développement durable sur l'évolution des PME dans l'économie », dans F. Labelle, C. Hervieux et M.-F. Turcotte (dir.), *PME et développement durable*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 17-46.

**Julien, P.-A., E. Andriambeloson et C. Ramangalahy** (2004). « Networks, weak signals and technological innovation among SMEs land-based transportation equipment sector », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 16, n° 4, p. 251-269.

**Julien, P.-A., R. Beaudoin et R. Njambou** (1999). « PME exportatrices et information en zones rurales et en zones urbaines », *Revue internationale PME*, vol. 12, nos 1-2, p. 107-127.

**Julien, P.-A., M. Carrier, D. Luc, L. Desaulniers et Y. Martineau** (dir.) (2002). *Les PME à forte croissance. L'exemple de 17 gazelles dans 8 régions du Québec,* Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Julien, P.-A., J.B. Carrière, L. Raymond et R. Lachance** (1994). « La gestion du changement technologique dans les PME manufacturières du Québec : une analyse de cas multiples », *Revue internationale PME*, vol. 7, nos 3-4, p. 87-121.

**Julien, P.-A., A. Joyal et L. Deshaies** (1994). « SMEs and international competition : Free trade agreement or globalization », *Journal of Small Business Management*, vol. 32, n° 3, p. 52-65.

**Julien, P.-A., R. Lachance et M. Morin** (2004). « Signaux forts et signaux faibles : une enquête sur les liens réticulaires dans les PME dynamiques », *Géographie économie société*, vol. 6, n° 2, p. 179-202.

**Julien, P.-A. et C. Lafrance** (1983). « Toward the formalization of "Small is Beautiful" : Societal effectiveness versus economic efficiency », *Futures*, vol. 15, n° 3, p. 211-221.

**Julien, P.-A., F. Laurin et J. St-Pierre** (2013). « Les déterminants de l'entrepreneuriat dans les municipalités régionales de comté du Québec », Rapport d'études, Institut de la statistique du Québec.

**Julien, P.-A., F. Laurin et J. St-Pierre** (2014). « Les déterminants socioculturels de l'entrepreneuriat : une première analyse appliquée », Ministère des Finances et de l'Économie du Québec et Développement économique Canada, avril.

**Julien, P.-A., J. Makita, E. Moreau et C. Leyronas** (2009). « La capacité d'absorption, l'élément clé dans la compréhension de la relation entre information et innovation. Le cas des PME du Congo-Brazzaville », *Revue internationale PME*, vol. 22, n° 2, p. 133-167.

**Julien, P.-A. et M. Marchesnay** (2011). *L'entrepreneuriat*, nouvelle édition, Paris, Economica.

**Julien, P.-A., M. Marchesnay et H. Vier Machado** (2010). « Interdisciplinaridade da pesquisa em empreendedorismo e em PME : Por uma teoria empreendedora que contemple diferenças culturais », *Revista Gestão e Planejamenro*, vol. 11, n° 2, p. 355-368.

**Julien, P.-A. et M. Morin** (1996). *Mondialisation de l'économie et PME québécoises*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Julien, P.-A., P. Mustar et M.-F. Estimé** (2001). *Les PME à forte croissance*, numéro thématique de la *Revue internationale PME*, vol. 14, n$^{os}$ 3-4.

**Julien, P.-A. et C. Ramangalahy** (2003). « Competitive strategy and performance of exporting SME : An empirical investigation of the impact of their information search and competencies », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 27, n° 3, p. 227-245.

**Julien, P.-A., L. Raymond, R. Jacob et G. Abdul-Nour** (coll.) (2003). *L'entreprise-réseau. Dix ans d'expérience de la Chaire Bombardier*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Julien, P.-A. et C. Schmitt** (2008). « Pour une vision renouvelée des pratiques entrepreneuriales », dans C. Schmitt (dir.), *Regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 15-34.

**Julien, P.-A. et J. St-Pierre** (2012). « Entrepreneur, incertitude et information : un essai d'application », Communication au XI$^{e}$ Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Brest, octobre.

**Julien, P.-A., J. St-Pierre, F. Laurin et M. Morin** (2011). « Les déterminants de l'entrepreneuriat en région », Rapport remis à l'Institut de la statistique du Québec, Institut de recherche sur les PME, Université du Québec à Trois-Rivières, 30 juin.

**Julien, P.-A. et I.-P. Vaghely** (2008). « Opportunités, structure, culture, temps et capacités », Communication au Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Louvain-la-Neuve, Belgique, 29-31 octobre.

**Jung, O.** (2012). « Conditions de crédit consenties aux petites et moyennes entreprises qui investissent dans la recherche-développement », Industrie Canada, Rapports accessibles sur le Web.

**Kahn, R.** (2007). « Une approche pluridisciplinaire de la dimension culturelle du développement territorial », Communication présentée au XLIII$^{e}$ Colloque de l'ASRDLF *Les dynamiques territoriales : débats et enjeux entre les différentes approches pluridisciplinaires*, Grenoble-Chambéry, 11-13 juillet.

**Kan, K. et W.D. Tsai** (2006). « Entrepreneurship and risk aversion », *Small Business Economics*, vol. 26, n° 4, p. 465-474.

**Kanagarajah, S.** (2003). « La dynamique des entreprises au Canada », Statistique Canada, n° 61-534-XIF.

**Kane, B., J. Crawford et D. Grant** (1999). « Barriers to effective HRM », *International Journal of Manpower*, vol. 20, n° 4, p. 494-515.

**Kangasharju, A.** (2000). « Regional variations in firm formation : Panel and cross-section data evidence from Finland », *Regional Science*, vol. 79, n° 4, p. 355-373.

**Kaplan, A.D.H.** (1948). *Small Business. Its Space and Problems*, New York, McGraw-Hill.

**Karlsson, C., C. Friis et T. Paulsson** (2004). « Relating entrepreneurship to economic growth », dans B. Johansson, C. Karlsson et R.R. Stough (dir.), *The Emerging Digital Economy : Entrepreneurship, Clusters and Policy*, Berlin, Springer-Verlag, <https://static.sys.kth.se/itm/wp/cesis/cesiswp13.pdf>.

**Karlsson, C. et O. Olsson** (1998). « Product innovation in small and large enterprises », *Small Business Economics*, vol. 10, n° 1, p. 31-46.

**Karpik, L.** (1996). « Dispositifs de confiance et engagements crédibles », *Sociologie du travail*, vol. 28, p. 527-550.

**Katz, E. et P. Lazarsfeld** (1955). *Personal Influence*, New York, The Free Press.

**Katz, J. et W.B. Gartner** (1988). « Properties of emerging organizations », *Academy of Management Review*, vol. 13, n° 3, p. 429-441.

**Keh, H., M. Foo et B. Lim** (2002). « Opportunity evaluation under risky conditions : The cognitive processes of entrepreneurs », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 27, n° 2, p. 125-148.

**Kelley, D., N. Bosma et J.E. Amoros** (2010). *Global Report*, Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.gemconsortium.org/docs/search?doc_cat_id=1&sub_cat_id=42&team_id=0&q=>.

**Kenny, B. et E. Reedy** (2006). « The impact of organizational culture factors on innovation levels in SMEs : An empirical investigation », *Irish Journal of Management*, vol. 27, n° 2, p. 119.

**Kets de Vries, M.F.R.** (1977). « The entrepreneurial personality : A person at the crossroads », *Journal of Management Studies*, vol. 14, n° 1, p. 34-57.

**Kickul, J., L.K. Gundry, S.D. Barbosa et L. Whitcanack** (2009). « Intuition versus analysis ? Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, n° 2, p. 439-453.

**Kirchhoff, B.A.** (1991). « Entrepreneurship's contribution to economics », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 2, p. 93-112.

**Kirchhoff, B.A.** (1994). *Entrepreneurship and Dynamic Capitalism*, Westport, Quorum Book.

**Kirchhoff, B.A.** (2010). « The contribution of small business research to economic policy in the U.S », Communication présentée au ICSB International Conference, Cincinnati, 23-26 juin.

**Kirchhoff, N.C.** (1996). « Twenty years of job creation research : What have we learned », Communication présentée au X[e] Congreso Latinoamericano sobre Esperitu Empresarial, Cali, Colombie, 19-22 juin.

**Kirkman, B.L., K.B. Lowe et C.B. Gibson** (2006). « A quarter century of culture's consequences : A review of empirical research incorporating Hofstede's cultural values framework », *Journal of International Business Studies*, vol. 37, p. 285-320.

**Kirzner, I.** (1973). *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press.

**Kizaba, G.** (2006). « Revues scientifiques et 10 ans de recherche francophone en entrepreneuriat », *Innovations*, vol. 2, n° 24, p. 231-258.

**Kleinknecht, A.** (1987). « Measuring R&D in small firms : How much are we missing », *Journal of Industrial Economics*, vol. 36, n° 2, p. 253-256.

**Klyver, K. et D. Foley** (2012). « Networking and culture in entrepreneurship », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 24, nos 7-8, p. 561-588.

**Knight, F.** (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*, Chicago, University of Chicago Press.

**Knight, G.A. et S.T. Cavusgil** (2004). « Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm », *Journal of International Business Studies*, vol. 35, n° 2, p. 124-141.

**Koch, L.T. et M. Grünhagen** (2009). « The value of delays : Market- and policy-induced adjustment processes as a motivating factor in dynamic entrepreneurship », *Journal of Evolutionary Economic*, vol. 19, n° 6, p. 701-724.

**Krueger, N.F.** (2007). « What lies beneath ? The experiential essence of entrepreneurial thinking », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 1, p. 123-138.

**Krugman, P.** (1991). *Geography and Trade*, Cambridge, MIT Press.

**Kuhn, T.S.** (1962). *The Structure of Scientific Revolutions*, Chicago, Chicago University Press.

**Kuhn, T.S.** (1970). *The Structure of Scientific Revolutions*, 2e éd., Chicago, Chicago University Press.

**Laferté, S.** (2007). « Le soutien aux travailleurs autonomes », *Revue Organisations et Territoires*, vol. 16, nos 2-3, p. 55-60.

**Lakatos, I.** (1970). *Criticism and the Growth of Knowledge*, New York, Cambridge University Press.

**Landry, R. et N. Amara** (2002). « Étude sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay–Lac-Saint-Jean : bilan et recommandations », Rapport de recherche, Centre de haute technologie, Jonquière Inc.

**Landström, H.** (1999). « The roots of entrepreneurship research », *New England Journal of Entrepreneurship*, vol. 2, n° 2, p. 9-20.

**Landström, H.** (2008). « Entrepreneurship research : A missing link in our understanding of the knowledge economy », *Journal of Intellectual Capital*, vol. 9, n° 2, p. 301-322.

**Lang, J.R., R.J. Catalonne et D. Gudmundson** (1997). « Small firm information seeking as a response to environmental threats and opportunities », *Journal of Small Business Management*, vol. 35, n° 1, p. 11-23.

**Langford, C.H., P. Josty et J.A. Holbrook** (2013). *GEM Canada National Report. Driving Wealth Creation and Social Development in Canada*, Rapport, <http://www.thecis.ca/cms3/userfiles/Image/GEM%20Canada%20Report%202013.pdf>.

**Langford, C.H., P. Josty et J.A. Holbrook** (2014). « Driving wealth creation and social development in Canada », Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Global-Entrepreneurship-Monitor-Canada-2013/$FILE/Global-Entrepreneurship-Monitor-Canada-2013.pdf>.

**Laperche, B.** (2003). « Les critères marchands d'évaluation du travail scientifique dans la nouvelle économie. La science comme "force productive" et "outil marketing" », *Innovations*, vol. 1, n° 17, p. 105-138.

**Larrieu, J.** (2003). « Protection de l'innovation », dans P. Mustar et H. Penan (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p. 323-329.

**Larsen, M.** (2008). « Entrepreneurship performance and framework conditions : A general framework », dans E. Congregado (dir.), *Measuring Entrepreneurship : Building a Statistical System*, New York, Springer Science Business Media, p. 175-188.

**Larson, A. et J. Starr** (1993). « A network model of organization formation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 17, n° 1, p. 1-15.

**Lash, F. et S. Yami** (2008). « The nature and focus of entrepreneurship research in France over the last decade : A French touch ? », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 32, n° 2, p. 339-360.

**Latour, B.** (1992). *Aramis ou l'amour des techniques*, Paris, La Découverte.

**Laurin, F. et J. St-Pierre** (2011). « The internationalisation of SMEs and the relationships between imports and exports », Communication présentée à la 2nd International iSME Conference, Banghalor, Inde.

**Lawton Smith, H., J. Glasson, J. Simmie, A. Chadwick et G. Clark** (2003). *Enterprising Oxford : The Growth of the Oxfordshire High-Tech Economy*, Oxford, Oxfordshire Economic Observatory.

**Leclerc, Y. et C. Béland** (2003). *La voie citoyenne. Pour renouveler le modèle québécois*, Montréal, Plurimédia.

**Le Cornu, M.R., R.G.P. McMahon, D.V. Forsaith et M.J. Stanger** (1996). « The small enterprise financial objective function », *Journal of Small Business Management*, vol. 34, p. 1-14.

**Le Goff, J.** (1956). *Marchands et banquiers du Moyen Âge*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? ».

**Lenfle, S. et C. Midler** (2003). « Management de projet et innovation », dans P. Mustar et H. Penan (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p. 49-69.

**Leonard, J.S.** (1986). « On the size distribution of employment and establishment », Document de travail n° 1951, Cambridge, National Bureau of Economic Research, juin.

**Leray, J.** (2006). *Gérer les risques. Pourquoi ? Comment ?*, Paris, AFNOR.

**Levie, J.** (2007). « Immigration, in-migration and entrepreneurship in the United Kingdom », *Small Business Economics*, vol. 28, n$^{os}$ 2-3, p. 143-169.

**Levinson, M.** (2006). *The Box : How the Shipping Container Made the World Smaller and the World Economy Bigger*, Princeton, Princeton University Press, 400 p.

**Liao, J. et W.B. Gartner** (2006). « The effects of pre-venture plan timing and perceived environmental uncertainty on the persistence of emerging firms », *Small Business Economics*, vol. 27, n° 1, p. 23-40.

**Liesch, P.W., L.S. Welch et P.J. Buckley** (2011). « Risk and uncertainty in internationalisation and international entrepreneurship studies », *Management International Review*, vol. 51, n° 6, p. 851-873.

**Lin, N.** (1999). « Building a network theory of social capital », *Connexions*, vol. 22, n° 1, p. 28-51.

**Lipsey, R.** (1996). Communication au Benefactors Lecture, Institut C.D.Howe, Vancouver, 6 novembre, p. 48.

**Lockett, N., F. Cave, R. Kerr et F. Robinson** (2009). « The influence of co-location in higher education institutions on small firms' perspectives knowledge transfer », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 21, n° 3, p. 265-283.

**Lorentzen, A.** (2008). « Knowledge networks in local and global space », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 20, n° 6, p. 533-545.

**Loubès, A., I. Bories-Azeau et C. Fabre** (2012). « Les enjeux du capital social pour l'émergence d'une GRH de réseau : le cas d'un système productif local constitué de PME », *Revue internationale PME*, vol. 25, n$^{os}$ 3-4, p. 195-227.

**Loveman, G.** (1989). *Changes in the Organization of Production and the Skill Composition of the Employment*, Thèse de doctorat, Cambridge, MIT, septembre.

**Low, M.B.** (2001). « The adolescence of entrepreneurship research : Specification of purpose », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n° 4, p. 17-25.

**Low, M.B. et I.C. MacMillan** (1988). « Entrepreneurship : Past research and future challenges », *Journal of Management*, vol. 14, n° 2, p. 139-161.

**Lucas, R.E.** (1978). « On the size distribution of business firms », *The Bell Journal of Economics*, vol. 9, n° 4, p. 508-523.

**Lueg, R. et B.G. Borisov** (2014). « Archival or perceived measures of environmental uncertainty ? Conceptualization and new empirical evidence », *European Management Journal*, vol. 32, n° 4, p. 658-671.

**Luke, B., M.-L. Verreynne et K. Kearins** (2007). « Measuring the benefits of entrepreneurship at different levels of analysis », *Journal of Management & Organization*, vol. 13, p. 312-330.

**Lumpkin, G.T. et G.G. Dess** (1996). « Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance », *The Academy of Management Review*, vol. 21, n° 1, p. 135.

**Lundström, A. et L.A. Stevenson** (2005). *Entrepreneurship Policy : Theory and Practice*, New York, Springer, 310 p.

**Lundvall, B.-A.** (1992). *National Systems of Innovation. Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*, Londres, Pinter, 317 p.

**MacFarlane, A.** (1987). *The Culture of Capitalism*, Oxford et Cambridge, Blackwell.

**MacPherson, A. et R. Holt** (2007). « Knowledge, learning and small firm growth : A systematic review of the evidence », *Research Policy*, vol. 36, n° 2, p. 172-192.

**Madrid-Guijarro, A., D. García et D.H. Van Auken** (2009). « Barriers to innovation among Spanish manufacturing SMEs », *Journal of Small Business Management*, vol. 47, n° 4, p. 465-488.

**Mahé de Boislandelle, H.** (1988). *Gestion des ressources humaines dans les PME*, Paris, Economica.

**Maillat, D., M. Quévit et L. Senn** (1993). *Réseaux d'innovation et milieux innovateurs. Le pari pour le développement régional*, Neuchâtel, EDES.

**Malecki, E.** (1994). « Entrepreneurship in regional and local development », *International Regional Science Review*, vol. 16, n$^{os}$ 1-2, p. 119-153.

**Malecki, E.** (1997). « Entrepreneurs, networks, and economic development : A review of recent researchs », dans J.A. Karz (dir.), *Advances in Entrepreneuship, Firm Emergence and Growth*, Greenwich, KAI Press, p. 57-118.

**Marchesnay, M.** (1993). *Management stratégique*, Paris, Eyrolles.

**Marchesnay, M.** (2008a). « Trente ans d'entrepreneuriat et PME en France. Naissance, connaissance et reconnaissance », *Revue internationale PME*, vol. 21, n° 2, p. 145-168.

**Marchesnay, M.** (2008b). « Proximité et singularités des TPE », dans A. Jaouen et O. Torrès (dir.), *Les très petites entreprises. Un management de proximité*, Paris, Hermès Lavoisier.

**Marchesnay, M. et C. Fourcade** (dir.) (1997). *Gestion de la PME-PMI*, Paris, Nathan.

**Marchesnay, M. et P.-A. Julien** (1990). « Small business as space of transaction », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 2, n° 3, p. 267-277.

**Marchlup, F.** (1967). « Theory of the firm : Marginalist, behavioural, managerial », *American Economic Review*, vol. 57, n° 1, p. 267-277.

**Marcotte, C.** (2013). « Measuring entrepreneurship at the country level : A review and research agenda », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 25, n$^{os}$ 3-4, p. 174-194.

**Marshall, A.** (1920 [1890]). *Principles of Economic Policy*, 8$^{e}$ éd., Londres, MacMillan.

**Marshall, A.** (1964). *Principles of Economics*, Londres, MacMillan.

**Martinet, A.C.** (2003). « Stratégie et innovation », dans P. Mustar et H. Penan (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p. 27-48.

**Massa, S. et S. Testa** (2008). « Innovation and SMEs : Misaligned perspectives and goals among entrepreneurs, academics, and policy makers », *Technovation*, vol. 28, n° 7, p. 393-407.

**Massicotte, G.** (dir.) (2008). *Sciences du territoire. Perspectives québécoises*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Masuda, T.** (2006). « The determinants of latent entrepreneurship in Japan », *Small Business Economics*, vol. 26, p. 227-240.

**Matusik, S.-F. et J.-B. Heeley** (2005). « Absorptive capacity in the software industry : Identifying factors that affect knowledge and knowledge creation activities », *Journal of Management*, vol. 31, n° 4, p. 54-95.

**Mauduit, M.R.** (1933). *La réclame*, Paris, Alcan.

**McClelland, D.C.** (1961). *The Achieving Society*, Princeton, Van Nostrand, 532 p.

**McFadzean, E., A. O'Loughlin et E. Shaw** (2005). « Corporate entrepreneurship and innovation part 1 : The missing link », *European Journal of Innovation Management*, vol. 8, n° 3, p. 350-372.

**McKelvie, A., J.M. Haynie et V. Gustavsson** (2011). « Unpacking the uncertainty construct : Implications for entrepreneurial action », *Journal of Business Venturing*, vol. 26, n° 3, p. 273-292.

**McMahon, R.G.P.** (2001). « Deriving an empirical development taxonomy for manufacturing SMEs using data from Australia's business longitudinal survey », *Small Business Economics*, vol. 17, n° 3, p. 197-212.

**McMullen, J.S., L.A. Plummer et Z.J. Acs** (2007). « What is an entrepreneurial opportunity ? », *Small Business Economics*, vol. 28, n° 4, p. 273-283.

**McMullen, J.S. et D.A. Shepherd** (2006). « Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur », *Academy of Management Review*, vol. 31, n° 1, p. 132-152.

**McSweeny, B.** (2002). « Hofstede model of national culture differences and their consequences : A triumph of faith – A failure of analysis », *Human Relation*, vol. 55, n° 1, p. 89-118.

**Médus, J.L. et J.-C. Pacitto** (1994). « L'innovation technologique dans les TPE », *Cahier de recherche* n° 94-11, Université Paris 12, Val-de-Marne.

**Meeus, M.T.H., L.A.G. Oerlemans et P.N. Kenis** (2008). « Inter-organizational networks and innovation », dans B. Nooteboom et E. Stam (dir.), *Micro-Foundations for Innovation Policy*, Amsterdam, Amsterdam University Press, p. 273-314.

**Mélançon, S. et J. Cossette** (2010). « Le renouvellement de l'entrepreneuriat au Québec : un regard sur 2013 et 2018 », <https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/contenu/documents_soutien/apropos/strategies/entrepreneuriat/renouvellement_entrepreneuriat.pdf>.

**Messenghem, K.** (2006). « L'entrepreneuriat en quête de paradigme : l'apport de l'école autrichienne », VIII[e] CIFEPME, Fribourg, 25-27 octobre.

**Miles, G., K.A. Heppard, R.E. Miles et C.C. Snow** (2000). « Entrepreneurial strategy », dans G.D. Meyer et K.A. Heppard (dir.), *Entrepreneurship as Strategy*, Thousand Oaks, Sage Publications, p. 101-114.

**Miles, M.B. et M.A. Huberman** (2003). *Analyse des données qualitatives*, 2[e] éd., Bruxelles, De Boeck.

**Milliken, F.J.** (1987). « Three types of perceived uncertainty about the environment : State, effect, and response uncertainty », *The Academy of Management Review*, vol. 12, n° 2, p. 133-143.

**Mills, D. et L. Schumann** (1985). « Industry structure with fluctuating demand », *American Economic Review*, vol. 75, n° 4, p. 758-767.

**Minguzzi, A. et R. Passaro** (2000). « The network of relationships between the economic environment and the entrepreneurial culture in small firms », *Journal of Business Venturing*, vol. 16, n° 2, p. 181-216.

**Minniti, M.** (2008). « The role of government policy on entrepreneurial activity : Productive, unproductive, or destructive ? », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 32, n° 5, p. 770-790.

**Minniti, M., D. Bygrave et E. Autio** (2005). *Global Report*, Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.gemconsortium.org/docs/261/gem-2005-global-report>.

**Mintzberg, H.** (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*, Londres, Prentice Hall.

**Mitchell, R.K., L. Busenitz, T. Lant, P.P. McDougall, E.A. Morse et J. Brock Smith** (2004). « The distinctive and inclusive domain of entrepreneurial cognition », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28, n° 4, p. 505-515.

**Mitchell, R.K., L.W. Busenitz** *et al.* (2007). « The central question in entrepreneurial cognition research 2007 », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, n° 1, p. 1-27.

**Mohnen, P. et L. Roller** (2005). « Complementarities in innovation policy », *European Economic Review*, vol. 49, n° 6, p. 1431-1450.

**Mol, M.J. et J. Birkinshaw** (2009). « The sources of management innovation : When firms introduce new management practices », *Journal of Business Research*, vol. 62, p. 1269-1280.

**Mole, K. et L. Worrall** (2001). « Innovation, business performance and regional competitiveness in the West Midlands : Evidence from the West Midlands business survey », *European Business Review*, vol. 13, n° 6, p. 353-364.

**Molina-Morales, F.X. et M.T. Martinez-Fernandez** (2009). « Industrial districts : Something more than a neighbourhood", *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 18, n° 6, p. 503-524,

**Mollick, E.** (2014). « The dynamics of crowdfunding : An exploratory study », *Journal of Business Venturing*, vol. 29, n° 1, p. 1-17.

**Montebello, M., M. Saias et J. Greffeuille** (1975). « Planification stratégique et MPI », *Direction*, mai, p. 99-111.

**Montes, J.C.** (2012). *Les réseaux sociaux et le développement des PME de haute technologie*, Thèse de doctorat, Montréal, École des sciences de gestion, Université du Québec à Montréal.

**Montesquieu** (1815 [1748]). *Considérations sur les causes de la grandeur des Romains et de leur décadence*, Paris, Imprimerie de Pierre Didot et Firmin Didot.

**Moran, P.A.P.** (1950). « Notes on continuous stochastic phenomena », *Biometrika*, vol. 37, n$^{os}$ 1-2, p. 17-23.

**Morin, E.** (1986). *La méthode. La connaissance de la connaissance*, vol. 3, Paris, Seuil.

**Morissette, R.** (1993). « Canadian jobs and firm size : Do smaller firms pay less ? », *Revue canadienne d'économique*, vol. 26, n° 1, p. 159-174.

**Morris, M.-H.** (1998). *Entrepreneurial Intensity : Sustainable Advantages for Individuals, Organization, and Societies*, Westport, Quorum.

**Morris, M.-H. et D.-L. Sexton** (1996). « The concept of entrepreneurial intensity : Implications for company performance », *Journal of Business Research*, vol. 36, p. 5-13.

**Morrow, J.L., D.G. Sirmon, M.A. Hitt et T.R. Holcomb** (2007). « Creating value in the face of declining performance : Firm strategies and organizational recovery », *Strategic Management Journal*, vol. 28, n° 3, p. 271-283.

**Mosey, S., J. Clare et D. Woodcock** (2002). « Innovation decision making in British manufacturing SMEs », *Integrated Manufacturing Systems*, vol. 13, n° 3, p. 176-183.

**Moss, M.** (dir.) (1973). *The measurement of Economic and Social Performance*, New York, National Bureau of Economic Research.

**Nadram, S.S., M.P.H. Born et K.J. Samsom** (2007). « Do entrepreneurial attributes change during the life courses of enterprises and entrepreneurs ? », *Cahier de recherche* n° 07-08, Breukelen, Nyenrode Business Universiteit.

**Nahapiet, J. et S. Ghoshal** (1998). « Social capital, intellectual capital, and the organization advantage », *Academy of Management Review*, vol. 23, p. 242-266.

**Narver, J.C. et L.E. Preston** (1976). « The political economy of small business », *Journal of Contemporary Business*, vol. 2, n° 1, p. 1-24.

**Nelson, R.R. et S.G. Winter** (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Harvard, Harvard University Press.

**Nijkamp, P.** (2003). « Entrepreneurship in a modern network economy », *Regional Studies*, vol. 37, n° 4, p. 395-405.

**Nolan, A.** (2003). *Entrepreneurship and Local Economic Development : Program and Policy Recommendations*, Paris, OCDE.

**Nonaka, I. et H. Takeuchi** (1995). *The Knowledge-Creating Company : How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Londres, Oxford University Press.

**Nooteboom, B.** (1994). « Innovation and diffusion in small firms. Theory and evidence », *Small Business Economics*, vol. 6, n° 5, p. 327-347.

**Nooteboom, B.** (2000). *Learning and Innovation in Organization and Economics*, Oxford, Oxford University Press.

**Nooteboom, B.** (2002). « A cognitive theory of the firm », Communication à l'atelier de travail ESNIE sur *Alternatives Theories of the Firm*, Paris, novembre.

**Nooteboom, B.** (2006a). « Methodological interactionism : Theory and application to the firm and to the building of trust », *Cahier de recherche*, Tilburg, Université de Tilburg.

**Nooteboom, B.** (2006b). *Learning and Innovation in Organizations and Economies*, 2e éd., New York, Oxford University Press.

**Nooteboom, B.** (2008). « Learning, discovery and collaboration », dans B. Nooteboom et E. Stam (dir.), *Micro-Foundations for Innovation Policy*, Amsterdam, Amsterdam University Press.

**Nooteboom, B. et E. Stam** (dir.) (2008). *Micro-Foundations for Innovation Policy*, Amsterdam, Amsterdam University Press.

**North, D.** (1991). « Institutions », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 5, n° 1, p. 97-112.

**North, D.** (1994). « Economic performance through time », *American Economic Review*, vol. 84, n° 3, p. 359-368.

**North, D. et D. Smallbone** (2000). « The innovativeness and growth of rural SMEs during the 1990s », *Regional Studies*, vol. 34, n° 2, p. 145-157.

**Observatoire des sciences et des technologies – OST** (2001). « Exode des cerveaux : une question de qualité ? », *L'observateur*, vol. 3, n° 3, <http://www.ost.uqam.ca/Portals/0/docs/ob_arch/Bulletin3_1f.pdf>.

**O'Driscoll, G.P. et M.J. Rizzo** (1996). *Economics of Time and Ignorance*, 2e éd., Londres, Routledge.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (1993). *Small and Medium-Sized Enterprises. Technology and Competitivity*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (1998). *Encourager l'esprit d'entreprise*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2000). *Perspectives de l'OCDE sur les PME*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2001a). *Enhancing SME Competitiveness, The OECD Bologna Ministerial Conference*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2001b). *Tableaux de bord de l'OCDE de la science, de la technologie et de l'industrie : vers une économie fondée sur la connaissance*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2002). *Les PME à forte croissance et l'emploi*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2005a). *Le rôle des PME et de l'entrepreneuriat dans les pays membres de l'OCDE*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2005b). *Indicateurs de STAN 1980-2003*, Paris, Direction de la science, de la technologie et de l'industrie, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2005c). *Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2005d). *Manuel d'Oslo. Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, 3e éd., Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2006). *Comprendre l'entrepreneuriat : mise au point d'indicateurs pour les comparaisons et évaluations internationales*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2007). *Programme d'indicateurs de l'entrepreneuriat : rapport d'étape et propositions de définitions et d'indicateurs clés*, Paris, OCDE, 36 p.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2008). *Working Party on SMEs and Entrepreneurship (WPSMEE)*, Special session on SME and entrepreneurship related statistics, CFE/SME/WD, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2009). *Entrepreneurship Indicators Program. Measuring Entrepreneurship : A Collection of Indicators*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2010). *High-Growth Enterprises : What Governments Can Do to Make a Difference*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2011). *Panorama de l'entrepreneuriat 2011*, Paris, OCDE.

**Organisation de coopération et de développement économiques – OCDE** (2013). *Panorama de l'entrepreneuriat*, Paris, OCDE, <http://www.oecd-ilibrary.org/content/book/9789264097735-fr>.

**Organisation internationale du travail – OIT** (2013). *Rapport mondial sur les salaires 2012/2013 : salaires et croissance équitable*, Genève, OIT, 106 p.

**Orléans, A.** (1994). *Analyse économique des conventions*, Paris, Presses universitaires de France, p. 249-278.

**OSEO** (2005). *La transmission des petites et moyennes entreprises : l'expérience d'OSEO bdpme*, Paris, OSEO Éditions, <http://www.oseo.fr/IMG/pdf/Oseo_transmission.pdf>.

**OSEO** (2007). *PME 2007 : rapport OSEO sur l'évolution des PME*, Paris, OSEO Éditions, <http://www.oseo.fr>.

**Ostrom, E.** (2010). *Gouvernance des biens communs. Pour une nouvelle approche des ressources naturelles*, Bruxelles, De Boeck.

**Oualid, W.** (1938). « Les classes moyennes », *Mélanges dédiés à M. le professeur Henri Truchy*, Paris, Sirey, p. 419-431.

**Oviatt, B.M. et P.P. McDougall** (2005). « Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29, n° 5, p. 537-553.

**Oy, W.Y.** (1993). « Heterogeneous firms and the organization of the production », *Economic Enquiry*, vol. 23, n° 1, p. 143-171.

**Pacitto, J.-C., J.-A. Audencia, T. Fabiani et P. Jourdan** (2014). « Cultures nationales et orientation entrepreneuriale : une nouvelle perspective pour la recherche en entrepreneuriat », CIFEPME, Agadir, octobre.

**Pacitto, J.-C. et P.-A. Julien** (2006). « Le marketing est-il soluble dans la très petite entreprise ? », *Revue internationale PME*, vol. 19, n$^{os}$ 3-4, p. 77-110.

**Palard, J.** (2009). *La Beauce Inc. Capital social et capitalisme régional*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal.

**Palich, L.E. et D.R. Bagby** (1995). « Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking : Challenging conventional wisdom », *Journal of Business Venturing*, vol. 10, n° 6, p. 425-438.

**Palpacuer, F., A. Seignour et C. Vercher** (2008). « Stratégies des grandes firmes et réduction des effectifs : l'utilisation du licenciement pour motif personnel dans la gestion des cadres en France », *Management international*, vol. 12, p. 1-10.

**Pappas, J.P.** (dir.) (1997). *The University's Role in Economic Development : From Research to Outreach*, San Francisco, Jossey-Bass.

**Parent, R., M. Roy et D. St-Jacques** (2007). « A systems-based dynamic knowledge transfer capacity model », *Journal of Knowledge Management*, vol. 11, n° 6, p. 81-96.

**Parsons, T.** (1951). *The Social System*, New York, Free Press.

**Pavitt, K., M. Robson et J. Townsend** (1987). « The size distribution of innovating firms in the UK », *The Journal of Industrial Economics*, vol. 55, n° 2, p. 291-316.

**Peeks, M.J.** (1962). « Inventions in the postwar American aluminum industry », dans H.M. Groves (dir.), *The Rate and Direction of Inventive Activity : Economic and Social Factors*, Princeton, The National Bureau of Economic Research, Princeton University Press, p. 279-298.

**Pella y Forgas, D.** (1892). *Las patentes de invención y los derechos del inventor*, Barcelone, Administración de Innovación é invenciones.

**Penrose, E.T.** (1963). *Facteurs, conditions et mécanismes de la croissance de l'entreprise*, Paris, Éditions Hommes et Techniques.

**Perroux, F.** (1955). « Note sur la notion des pôles de croissance », *Économie appliquée*, vol. 8, n$^{os}$ 1-2, p. 307-320.

**Perroux, F.** (1970). *Aliénation et société industrielle*, Paris, Gallimard.

**Phan, P.H., M. Wright, D. Ucbasaran et W.-L. Tan** (2009). « Corporate entrepreneurship : Current research and future directions », *Journal of Business Venturing*, vol. 24, n° 3, p. 197-205.

**Phelps, E.S.** (2007). « Macroeconomics for a modern economy », *The American Economic Review*, vol. 97, n° 3, p. 543-561.

**Phillips, B.D. et B.A. Kirchhoff** (1989). « Formation, growth and survival : Small firm dynamics in the U.S. economy », *Small Business Economics*, vol. 1, n° 1, p. 65-74.

**Piater, A.** (1984). *Barriers to Innovation*, Londres, Frances Pinter.

**Picard, C.** (2006). « La représentation identitaire de la TPE artisanale », *Revue internationale de gestion*, vol. 19, n$^{os}$ 3-4, p. 13-49.

**Picot, G. et R. Dupuy** (1998). « Job creation and company size class : The magnitude. Concentration and persistence of job gains and losses in Canada », *Small Business Economics*, vol. 10, n° 2, p. 117-139.

**Piergiovanni, R., M.A. Carree et E. Santarelli** (2012). « Creative industries, new business formation, and regional economic growth », *Small Business Economics*, vol. 39, n° 3, p. 539-560.

**Pigou, A.C.** (1920). *Economic of Welfare*, Londres, MacMillan.

**Pirou, G.** (1946). *Les nouveaux courants de la théorie économique aux États-Unis. Tome 1. – Les précurseurs*, 3$^{e}$ éd., Paris, Domat-Montchrestien.

**Polèse, M. et R. Shearmur** (2005). *Économie urbaine et régionale*, Paris, Economica.

**Portes, A.** (1998). « Social capital : Its origins and applications in modern sociology », *Annual Review of Sociology*, n° 24, p. 1-24.

**Potter, J.** (2008). *Entrepreneurship and Higher Education*, Paris, OECD.

**Pras, B. et E. Le Nagard-Assayag** (2003). « Innovation et marketing stratégique », dans P. Mustar et H. Penan (dir.), *Encyclopédie de l'innovation*, Paris, Economica, p. 255-280.

**Pratten, C.** (1971). *Economies of Scale in Manufacturing Industry*, Cambridge, Cambridge University Press.

**Presutti, M., C. Boari et A. Majocchi** (2011). « The importance of proximity for the start-ups' knowledge acquisition and exploitation », *Journal of Small Business Management*, vol. 49, n° 3, p. 361-389.

**Proulx, M.-U.** (2011). *Territoires et développement : la richesse du Québec*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

**Pšeničny, V.** (2009). « A longitudinal comparison of the growth factors of Slovenian fast growing enterprises », *Economic and Business Review for Central and South – Eastern Europe*, vol. 11, n° 4, p. 265-283.

**Putnam, D.R.** (1995). « Bowling alone : America's declining social capital », *Journal of Democracy*, vol. 6, n° 1, p. 65-78.

**Qian, G. et L. Li** (2003). « Profitability of small and medium-sized enterprises in high-tech industries : The case of the biotechnology industry », *Strategic Management Journal*, vol. 24, n° 9, p. 881-887.

**Quatraro, F.** (2010). « Knowledge coherence, variety and economic growth : Manufacturing evidence from Italian regions », *Research Policy*, vol. 39, p. 1289-1302.

**Raffa, M. et G. Zollo** (1994). « The oscillating behavior of small innovative firms : A model », *Piccola Impresa*, vol. 1, p. 33-60.

**Rallet, A. et A. Torre** (2007). *Quelles proximités pour innover ?*, Paris, L'Harmattan.

**Ratti, R., A. Bramanti et R. Gordon** (dir.) (1997). *The Dynamics of Innovative Regions. The GREMI Approach*, Adelshot, Ashgate.

**Raymond, L., P.-A. Julien et C. Ramangalahy** (2001). « Technological scanning by small canadian manufacturers », *Journal of Small Business Management*, vol. 39, n° 2, p. 123-138.

**Raymond, L. et J. St-Pierre** (2004). « Customer dependency in manufacturing SMEs : Implications for R&D and performance », *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 1, p. 23-33.

**Raymond, L. et J. St-Pierre** (2010). « R-D as a determinant of innovation in manufacturing SMEs. An attempt at empirical clarification », *Technovation*, vol. 30, n° 3, p. 48-56.

**Razafindrazaka, T., J. St-Pierre et M. Trépanier** (2014). « Influence de la culture entrepreneuriale régionale sur l'innovation des PME : analyse de deux régions contrastées du Québec », XII[e] Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Agadir, Maroc, octobre.

**Reboud, L.** (1966). « Dimension des entreprises, concentration et concurrence », *L'actualité économique*, vol. 42, n° 4, p. 429-457.

**Rehn, A., M. Bränback, A. Carsrud et M. Lindahl** (2013). « Challenging the myths of entrepreneurship », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 25, n[os] 7-8, p. 543-550.

**Rehn, A. et S. Taalas** (2004). « "Znakomtva I Svyazi" (Acquaintances and connections) – Blat, the Soviet Union, and mundane entrepreneurship », *Entrepreneurship and Regional Development,* vol. 16, n° 3, p. 235-250.

**Reynolds, P.D.** (1991). « Sociology and entrepreneurship : Concepts and contributions », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 2, p. 47-70.

**Reynolds, P.D., W.D. Bygrave, E. Autio, L.W. Cox et M. Hay** (2002). *Global Report*, Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.gemconsortium.org/docs/256/gem-2002-global-report>.

**Reynolds, P.D., W.-B. Bygrave, L.-W. Cox, E. Autio et M. Hay** (2000). *Global Report*, Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.gemconsortium.org/docs/2408/gem-2000-global-report>.

**Reynolds, P.D., B. Miller et W.-R. Maki** (1995). « Explaining regional variations in business birth and deaths : US 1976-1988 », *Small Business Economics*, vol. 7, n° 4, p. 389-407.

**Reynolds, P.D., D.J. Storey et P. Westhead** (1994). « Regional variations in new firms formation rates », *Regional Studies*, vol. 28, n° 4, p. 443-456.

**Ritsila, J.J.** (1999). « Regional differences in environments for enterprises », *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 11, n° 3, p. 187-202.

**Riverin, N.** (2004). « Mesurer l'entrepreneuriat dans les territoires MRC du Québec », *Cahier de recherche* n° 2004-03, Chaire d'entrepreneuriat Rogers – J.-A.-Bombardier.

**Riverin, N.** (2005). *Global Entrepreneurship Monitor : le portrait global de l'entrepreneuriat au Québec et chez les jeunes*, Montréal, HEC Montréal, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter, 40 p.

**Roberts, D. et C. Woods** (2005). « Changing the world on a shoestring : The concept of social entrepreneurship », *University of Auckland Business Review*, vol. 7, n° 1, p. 45-51.

**Robinson, A.** (1934). « The problem of management and the size of firms », *Economic Journal*, vol. 44, n° 2, p. 242-247.

**Robinson, J.** (1969). *The Economic of Imperfect Competition*, 2e éd., Londres, MacMillan.

**Robinson, R.B. et J.A. Pearce II** (1983). « The impact of formalized planning on financial performance in small organizations », *Strategic Management Journal*, vol. 4, n° 3, p. 197-207.

**Robinson, R.B. et J.A. Pearce II** (1984). « Research trusts in small firm strategic planning », *Academy of Management Review*, vol. 1, n° 1, p. 128-137.

**Rogers, E.-V.** (1995). *Diffusion of Innovations*, 4e éd., New York, The Free Press.

**Rogers, M. et S. Lhuillery** (2006). « Measuring informal innovation : From non-R&D to on-line knowledge production », *Cahier de recherche* n° 2006-009, École polytechnique de Lausanne.

**Rolfo, S. et G. Calabrese** (1995). « Small innovative firms in Southern Italy », *Piccola Impresa*, n° 3, p. 87-111.

**Romer, P.** (1990). « Endogenous technological change », *Journal of Political Economy*, vol. 88, n° 5, p. 71-102.

**Rotefoss, B. et L. Kolvereid** (2005). « Aspiring nascent and fledgling entrepreneurship : An investigation of the business start-up process », *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 17, n° 2, p. 109-127.

**Rothwell, R.** (1989). « Small firms, innovation and industrial change », *Small Business Economics*, vol. 1, n° 1, p. 51-64.

**Ruef, M.** (2002). « Strong ties, weak ties, and islands : Structural and cultural predictors of organizational innovation », *Industrial and Corporate Change*, vol. 11, n° 3, p. 427-450.

**Salgado-Banda, H.** (2007). « Entrepreneurship and economic growth : An empirical analysis », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 12, n° 1, p. 3-29.

**Salomon, J.J.** (1992). *Le destin technologique*, Paris, Gallimard.

**Sanchez-Peinado, E. et J. Pla-Barber** (2006). « A multidimensional concept of uncertainty and its influence on the entry mode choice : An empirical analysis in the service sector », *International Business Review*, vol. 15, n° 3, p. 215-232.

**Santarelli, E. et A. Sterlacchini** (1994). « New firm formation in Italian industry : 1985-1989 », *Small Business Economics*, vol. 6, p. 95-106.

**Sapienza, H.J., A. Parhankangas et A. Autio** (2004). « Knowledge relatedness and post-spin-off growth », *Journal of Business Venturing*, vol. 19, p. 809-829.

**Saporta, B.** (1986). *Stratégie pour la PME*, Paris, Domat-Montcrestien.

**Sarasvathy, S.D.** (2008). *Effectuation : Elements of Entrepreneurial Expertise*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited, coll. « New Horizons in Entrepreneurship ».

**Saxenian, A.** (1994). *Regional Advantage : Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, Harvard University Press.

**Say, J.B.** (1803). *Traité d'économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se composent les richesses*, Paris, Crapelet.

**Say, J.B.** (1821). *A Treatise on Political Economy*, Londres, Sherwood, Neeley and Jones.

**Scherer, E.M.** (1984). *Innovation and Growth : Schumpeterian Perspective*, Cambridge, MIT Press.

**Schmidt, T.** (2005). « What determines absorptive capacity ? », Communication présentée à The DRUID Tenth Anniversary Summer Conference, Copenhague.

**Schmitt, C.** (dir.) (2008a). *Université et entrepreneuriat*, Nancy, Presses de l'Université de Nancy.

**Schmitt, C.** (2008b). « Renouveler le regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales », dans C. Schmitt (dir.), *Regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 1-14.

**Schmitt, C.** (2008c). *Regard sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 346 p.

**Schultz, T.W.** (1980). «Investment in entrepreneurial ability», *Scandinavian Journal of Economics*, n° 82, p. 437-448.

**Schumpeter, J.** (1908). « On the concept of the social value », *Quarterly Journal of Economics*, n° 23, p. 213-232.

**Schumpeter, J.** (1911). *La théorie de l'évolution économique. Recherche sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz.

**Schumpeter, J.** (1924). « Unternehmer », dans L. Elster, A. Weber et F. Wieser (dir.), *Handwörterbuch der Staatswissenscheften – Dictionnaire des sciences de l'État,* vol. 8, Jena, Gustav Fisher, p. 476-487.

**Schumpeter, J.** (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Harvard University Press.

**Schumpeter, J.** (1942). *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Petite bibliothèque Payot, 433 p.

**Schumpeter, J.** (1964). *Business Cycles*, New York, McGraw-Hill.

**Sen, A.** (1977). « Rational fools : A critique of the behavioral foundations of economic theory », *Philosophy and Public Affairs*, vol. 6, p. 317-344.

**Senge, P.** (1990). « The leader's new work : Building learning organizations », *Sloan Management Review*, vol. 32, n° 1, p. 7-23.

**Sengenberger, W., G. Loveman et M. Piore** (1990). « The re-emergence of small enterprises », Genève, Institut d'études sociales.

**Sequeira, J.M. et A.A. Rasheed** (2006). « Start-up and growth of immigrants small businesses : The impact of social and human capital », *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 11, n° 4, p. 357-375.

**Shackle, G.L.S.** (1967). *Décision, déterminisme et temps*, Paris, Dunod.

**Shane, S.** (2000). « Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities », *Organization Science*, vol. 11, n° 4, p. 448-469.

**Shane, S.** (2008). *Illusions of Entrepreneurship : The Costly Myths that Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By*, New Haven, Yale University Press.

**Shane, S.** (2009). « Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy », *Small Business Economics*, vol. 33, n° 2, p. 141-149.

**Shane, S. et S. Venkataraman** (2000). « The promise of entrepreneurship as a field of research », *Academy of Management Review*, vol. 25, n° 1, p. 217-226.

**Shapero, A.** (1975). « The displaced, uncomfortable entrepreneur », *Psychology Today*, vol. 9, n° 6, p. 83-88.

**Sharma, P. et J.J. Chrisman** (1999). « Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, n° 3, p. 11-27.

**Shaver, K.G. et L.R. Scott** (1991). « Person, process, choice : The psychology of new venture creation », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 2, p. 23-45.

**Shaw, E. et S. Carter** (2007). « Social entrepreneurship : Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes », *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 14, n° 3, p. 418-434.

**Shearmur, R. et D. Doloreux** (2000). « Science parks : Actors or reactors ? Canadian science parks in their urban context », *Environment and Planning A*, vol. 32, n° 6, p. 1065-1082.

**Shepherd, D.A. et J. Wiklund** (2005). *Entrepreneurial Small Businesses, A Resource-based Perspective*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited.

**Siegel, R., E. Siegel et L.-C. McMillan** (1993). « Characteristics distinguishing high growth ventures », *Journal of Business Venturing*, vol. 8, n° 2, p. 169-180.

**Siegel, S. et N.J. Castellan** (1988). *Nonparametric Statistics for the Behavioral Sciences*, 2e éd., New York, McGraw-Hill.

**Simon, H.A.** (1979). « Rational decision making in business organization », *American Economic Review*, vol. 69, n° 4, p. 493-513.

**Simon, H.A. et C.P. Bonini** (1958). « The size distribution of business firms », *American Economic Review*, vol. 48, n° 4, p. 607-617.

**Simon, M., S.M. Houghton et K. Aquino** (2000). « Cognitive biases, risk perception, and venture formation : How individuals decide to start companies ? », *Journal of Business Venturing*, vol. 15, p. 113-134.

**Smeltzer, L.R., G.L. Fann et V.N. Nikolaïsen** (1988). « Environmental scanning practices in small business », *Journal of Small Business Management*, vol. 26, p. 52-62.

**Smida, A. et N. Khelil** (2010). « Repenser l'échec entrepreneurial des petites entreprises émergentes : proposition d'une typologie s'appuyant sur une approche intégrative », *Revue internationale PME*, vol. 23, n° 2, p. 65-105.

**Smilor, R.W.** (1997). « Entrepreneurship : Reflexions on a subversive activity », *Journal of Business Venturing*, vol. 12, n° 5, p. 341-346.

**Smith, A.** (1783 [1776]). *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations*, Londres, Chez Pierre J. Duplain.

**Smith, E.A.** (2001). « The role of tacit and explicit knowledge in the work place », *Journal of Knowledge Management*, vol. 2, n° 4, p. 311-321.

**Smith, N.-R. et J.-B. Miner** (1983). « Type of entrepreneur, type of firm, and managerial motivation : Implications for organizational life cycle theory », *Strategic Management Journal*, vol. 4, p. 325-340.

**Soparnot, R. et E. Stevens** (2007). *Management de l'innovation*, Paris, Dunod, 128 p.

**Souriau, P.** (1881). *Théorie de l'invention*, Thèse de doctorat, Paris, Édition Vigdor.

**Sparrowe, R.T. et R.C. Liden** (1997). « Process and structure in leader-member exchange », *Academy of Management Review*, vol. 22, n° 2, p. 522-552.

**Spigel, B.** (2013). « Bourdieuian approaches to the geography of entrepreneurial culture », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 25, n$^{os}$ 9-10, p. 804-818.

**Spilling, O.R.** (1996). « The entrepreneurial system : On entrepreneurship in the contexte of a mega-event », *Journal of Business Research*, vol. 36, n° 1, p. 91-103.

**Staber, U.** (2009). « Collective learning in cluster : Mechanism and biases », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 22, n$^{os}$ 5-6, p. 553-573.

**Stam, E.** (2008). « Entrepreneurship and innovation policy », *Cahier de recherche*, Centre for Technology Management, Université de Cambridge, R.U., <http://econ.geo.uu.nl/peeg/peeg0807.pdf>.

**Stam, E., D. Audretsch et J. Meijaard** (2006). « Renascent entrepreneurship », *Cahier de recherche*, Roterdam, ERIM, Université Erasmus.

**Stam, E. et K. Wennberg** (2009). « The roles of R&D in new firm growth », *Small Business Economics*, vol. 33, n° 1, p. 77-89.

**Stanworth, M.-J.-K. et J. Curran** (1976). « Growth and the small firm : An alternative view », *Journal of Management Studies*, vol. 13, n° 2, p. 94-110.

**Staw, B.M. et L.D. Epstein** (2000). « What bandwagons bring : Effects of popular management techniques on corporate performance, reputation, and CEO pay », *Administrative Science Quarterly*, vol. 45, n° 3, p. 523-556.

**Stearns, T.M. et G.E. Hills** (1996). « Entrepreneurship and new firm development : A definitional introduction », *Journal of Business Research*, vol. 36, n° 1, p. 1-4.

**Steindl, J.** (1947). *Small and Big Business : Economic Problem of the Size of the Firms*, Oxford, Basil Blackwell.

**Sternberg, R.J.** (1998). *Handbook of Creativity*, Cambridge, Cambridge University Press.

**Stevenson, H.H. et J.C. Jarillo** (1990). « A paradigm of entrepreneurship : Entrepreneurial management », *Strategic Management Journal*, vol. 11, n° 5, p. 17-27.

**Steward, A.** (1991). « A prospectus on the anthropology of entrepreneurship », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, n° 2, p. 71-91.

**Steyaert, C. et J. Katz** (2004). « Reclaiming the space of entrepreneurship in society : Geographical, discursive and social dimensions », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 16, n° 2, p. 179-196.

**St-Jean, É., P.A. Julien et J. Audet** (2008). « Factors of high-growth SMEs », *Journal of Enterprising Culture*, vol. 16, n° 2, p.161-188.

**St-Jean, É. et D.-G. Tremblay** (2014). *Situation de l'activité entrepreneuriale québécoise 2013*, Londres, Global Entrepreneurship Monitor, <http://www.gemconsortium.org>.

**Stone, W.** (2001). « Measuring social capital. Towards a theoretically informed measurement framework for researching social capital in family and community life », *Cahier de recherche* n° 24, Melbourne, Australian Institute of Family Studies.

**Storey, D.J.** (1994). *Understanding the Small Business Sector*, Londres, International Thompson Business Press.

**Storey, D.J.** (1995). *The Ten Percenters*, Rapport préparé pour la firme Andersen & Cie, Londres.

**Storey, D.J. et S. Johnson** (1986). « Job generation in Britain : A review of recent studies », *International Small Business Journal*, vol. 4, n° 4, p. 29-47.

**Storey, D.J. et A. Strange** (1992). « Where are they now ? Some changes in firms located on UK science parks since 1986 », *New Technology, Work and Employment*, vol. 7, n° 1, p. 15-28.

**Storey, D.J., R. Watson et P. Wynarczyk** (1989). « Fast growth small business : Case studies of 40 small firms in Northern England », Rapport de recherche n° 67, Ministère du Travail.

**St-Pierre, J.** (1999). *La gestion financière des PME : théories et pratiques*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 322 p.

**St-Pierre, J.** (2004). *La gestion du risque : comment améliorer le financement des PME et faciliter leur développement*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 257 p.

**St-Pierre, J. et L. Cadieux** (2011). « La conception de la performance : Quels liens avec le profil entrepreneurial des propriétaires dirigeants de PME », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 11, n° 1, p. 7-26.

**St-Pierre, J. et N. Fadil** (2011). « La recherche en finance entrepreneuriale : critique sur l'état actuel des connaissances et proposition d'un nouveau cadre de réflexion », *Revue internationale PME*, vol. 24, n$^{os}$ 2-3, p. 255-300.

**St-Pierre, J., P.-A. Julien et L. Defays** (2014). « PME et opportunité : comment les propriétaires-dirigeants prennent-ils leurs décisions en contexte d'incertitude ? », Communication présentée au colloque *Entrepreneuriat et PME : enjeux et perspectives* de l'Académie de l'Entrepreneuriat, Marseille, France.

**St-Pierre, J. et C. Mathieu** (2003). « L'innovation de produit chez les PME manufacturières québécoises : organisation, facteur de succès et performance », Rapport de recherche pour le ministère des Finances, de l'Économie et de la Recherche, Québec, mars, 58 p.

**St-Pierre, J. et C. Mathieu** (2004). « Innovation de produits et performance : une étude exploratoire de la situation des PME canadiennes », Communication au VII$^{e}$ CIFEPME, Montpellier, 27-20 octobre.

**St-Pierre, J., S.T. Nomo et K. Pilaeva** (2011). « The non-financial contribution of venture capitalists to VC-backed SMEs : The case of traditional sectors », *Venture Capital : An International Journal of Entrepreneurial Finance*, vol. 13, n° 2, p. 103-118.

**St-Pierre, J., K. Pilaeva et T.S. Nomo** (2011). « Influence de la propension au risque des décideurs sur leurs décisions de gestion », *Piccola Empressa*, vol. 3, p. 107-124.

**St-Pierre, J., L. Raymond, F. Laurin et S. Uwizeyemungu** (2011). « Mondialisation et internationalisation des PME : le comportement des PME québécoises », Rapport de recherche présenté à CIRANO, décembre, 49 p.

**St-Pierre, J. et C. Schmitt** (2011). « Rapprocher chercheurs et praticiens pour le développement de connaissances scientifiques : l'exemple d'une recherche en PME », *Management & Avenir*, vol. 43, n° 3, p. 392-409.

**St-Pierre, J. et M. Trépanier** (2011). « Concomitance de la capacité d'innovation des PME et de la capacité des territoires à les soutenir dans quatre régions du Québec », dans D. Carré et N. Levratto (dir.), *Dynamique des territoires et performances des firmes*, Paris, Université de Paris Ouest Nanterre, p. 191-238.

**St-Pierre, J. et M. Trépanier** (dir.) (2013). *Créer et développer une PME dans une économie mondialisée : études de cas réels d'entreprises*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 365 p.

**St-Pierre, J., M. Trépanier et T. Razafindrazaka** (2013). « Analyse des pratiques d'innovation dans les PME : facteurs endogènes, facteurs exogènes et perspective systémique », Rapport de recherche présenté à DEC, juillet, 60 p.

**Stratos Group** (1990). *Strategic Orientation of Small European Business*, Adelshort, Avebury, 133 p.

**Sverrison, A.** (2001). « Translation networks, knowledge brokers and novelty construction : Pragmatic environmentalism in Sweden », *ACTA Sociologica*, vol. 44, n° 4, p. 313-327.

**Teece, D.J.** (1996). « Firm organization, industrial structure and technological innovation », *Journal of Economic Behavior & Organization*, vol. 31, n° 2, p. 193-224.

**Terjesen, S., R. O'Gorman et Z.J. Acs** (2008). « Intermediated mode of internationalization : New software ventures in Ireland and India », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 20, n° 1, p. 89-109.

**Thomas, H.-D.** (1989). « Regional economic growth : Some conceptual aspects », *Land Economics*, vol. 45, n° 1, p. 43-51.

**Thonnard, F.J.** (1937). *Précis d'histoire de la philosophie*, Paris, Desclée et cie.

**Thurik, R., S. Wennekers et L.M. Uhlaner** (2002). *Entrepreneurship and Economic Performance : A Macro Perspective*, Rotterdam, Centre for Advanced Small Business Economics, Eramus University Rotterdam.

**Thwaites, A.-T.** (1989). « Technological changes, mobile planning and regional development », *Regional Studies*, vol. 12, n° 4, p. 445-461.

**Tidd, J., J. Bessant et K. Pavitt** (2005). *Managing Innovation : Integrating Technological, Market and Organizational Change*, 3e éd., Chichester, Wiley & Sons.

**Torrès, O.** (1997). « Pour une approche contingente de la spécificité de la PME », *Revue internationale PME*, vol. 10, n° 2, p. 11-43.

**Torrès, O.** (1999). *Les PME*, Paris, Flammarion, 128 p.

**Torrès, O.** (2003). « Petitesse des entreprises et grossissement des effets de proximité », *Revue française de gestion*, n° 144, p. 119-138.

**Torrès, O** (2009). « The silent and shameful suffering of bosses », Communication au *International Council for Small Business (ICSB)*, Séoul, 21-24 juin.

**Torrès, O.** (dir.) (2012). *La santé du dirigeant. De la souffrance patronale à l'entrepreneuriat salutaire*, Bruxelles, De Boeck.

**Torrès, O. et P.-A. Julien** (2005). « Specificity and denaturing of small business », *International Small Business Journal*, vol. 23, n° 4, p. 119-138.

**Torrès, O. et K. Messeghem** (dir.) (2015). *Les grands auteurs en entrepreneuriat*, Paris, Éditions EMS.

**Toulouse, G. et J. Bok** (1978). « Principe de moindre difficulté et structure hiérarchique », *Revue française de sociologie*, vol. 19, n° 3, p. 391-406.

**Toulouse, J.M.** (1979). *L'entrepreneurship au Québec*, Montréal, Fides.

**Touraine, A.** (1973). *Production de la société*, Paris, Seuil, 543 p.

**Tremblay, M. et C. Carrier** (2006). « Développement de la recherche sur l'identification collective d'opportunités d'affaires : assises et perspectives », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 5, n° 2, p. 69-88.

**Trépanier, M., J. Bertrand, T. Razafindrazaka, G. Abdul-Nour et J. St-Pierre** (2012). « Facteurs d'attrait et de rétention du Quartier de l'innovation (QI) pour les petites et moyennes entreprises (PME) », Rapport de recherche remis à ETS/McGill, juin, 42 p.

**Trépanier, M., M.P. Ippersiel, Y. Martineau et G. Szczepanik** (2004). « Les CCTT et le soutien technologique aux entreprises », Rapport de recherche, Institut national de la recherche scientifique – Urbanisation, Culture et Société, Montréal, novembre.

**Trépanier, M., J. St-Pierre, G. Abdul-Nour et P.-A. Julien** (2013). « Renforcement des capacités d'innovation des transformateurs des produits de la mer », Rapport d'analyse présenté au MAPAQ et à l'AQIP, juin, 45 p.

**Trigilia, C.** (1986). *Grandi partiti e piccolo imprese*, Bologne, Il Mulino.

**Turgot, A.R.J.** (1970 [1769]). Écrits économiques, Paris, Calmann-Levy.

**Tushman, M.L. et T.J. Scanlan** (1981). « Boundary spanning individuals : Their role in information transfer and their antecedents », *Academy of Management Journal*, vol. 24, n° 2, p. 289-305.

**Tversky, A.** (1974). « Assessing uncertainty », *Journal of the Royal Statistical Society. Series B*, vol. 36, n° 2, p. 148-159.

**Ucbasaran, D., P. Westhead et M. Wright** (2001). « The focus of entrepreneurial research : Contextual and process issues », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, n° 4, p. 57-80.

**Ucbasaran, D., P. Westhead, M. Wright et M. Flores** (2010). « The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism », *Journal of Business Venturing*, vol. 25, n° 6, p. 541-555.

**Uhlaner, S., A.R. Thurik et J. Hutjes** (2002). « Post-materialism and entrepreneurial activity : A macro view », Actes de la Small Business and Entrepreneurship Development Conference, University of Nottingham, 15-16 avril.

**Uzzi, B.** (1996). « Embeddedness and economic reconnaissance : The network effect », *American Sociological Review*, vol. 61, n° 4, p. 674-698.

**Vaggagini, V.** (1991). « Quattro paradigmi per un distritto », dans S. Conti et P.-A. Julien, *Miti e realtà del modello italiano*, Bologne, Pàtron Editore.

**Vaghely, I.-P. et P.-A. Julien** (2010). « Are opportunities recognized or constructed ? An information perspective on entrepreneurial opportunity recognition », *Journal of Business Venturing*, vol. 25, p. 73-86.

**Vaghely, I.-P., P.-A. Julien et A. Cyr** (2007). « Human information transformation in SMEs : Some missing links », *Human System Management*, vol. 26, n° 2, p. 14-29.

**Vale, S.** (2005). *The Coverage of Micro-Enterprises in Business Registers*, document présenté lors de la réunion des experts en statistiques structurelles des entreprises, «Towards better Structural Business and SME Statistics», 3 et 4 novembre, Paris, OCDE, <www.oecd.org/dataoecd/32/46/35506105.pdf>.

**Vale, S.** (2006). «The international comparability of business start-up rates final report», *OECD Statistics Working Papers*, n° 2006/04.

**Van Andel, P. et D. Bourcier** (2009). *De la sérendipité dans la science, la technique, l'art et le droit*, Paris, L'Act MEM.

**Van Gelderen, M., M. Frese et R. Thurik** (2000). «Strategies, uncertainty and performance of small business start-ups», *Small Business Economics*, vol. 15, p. 165-183.

**Van Praag, C.M.** (1999). «Some classic views on entrepreneurship», *The Economist*, vol. 147, n° 3, p. 311-335.

**Van Praag, C.M. et P.H. Versloot** (2007). «What is the value of entrepreneurship? A review of recent research», *Small Business Economics*, vol. 29, n° 4, p. 351-382.

**Van Stel, A.** (2008). «The COMPENDIA data base : Comparative entrepreneurship data for international analysis», dans E. Congregado (dir.), *Measuring Entrepreneurship*, New York, Springer Science Business Media, p. 65-84.

**Van Stel, A.J., M.A. Carree et R. Thurik** (2005). «The effect of entrepreneurial activity on national economic growth», *Small Business Economics*, vol. 24, n° 3, p. 311-321.

**Varis, M. et H. Littunen** (2010). «Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs», *European Journal of Innovation Management*, vol. 13, n° 2, p. 128-154.

**Veblen, T.** (1900). «The limitation of marginal utility», *The Journal of Political Economy*, vol. 17, p. 620-636.

**Veblen, T.** (1904). *Theory of Business Enterprise*, New York, Scribner's.

**Veblen, T.** (1948). *The Engineers and the Price System*, New York, Viking Press.

**Veblen, T.** (1971). *Les ingénieurs et le capitalisme*, Paris, Gordon & Breach.

**Velmans, M.** (1991). «Is human information processing conscious?», *Behavioral and Brain Sciences*, n° 14, p. 651-726.

**Veltz, P.** (2002). *Des lieux et des liens : le territoire français à l'heure de la mondialisation*, Paris, Édition de l'Aube.

**Venkataraman, S.** (1997). «The distinctive domain of entrepreneurship research», dans J.A. Katz (dir.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Greenwich, JAI Press, p. 119-138.

**Verheul, I, S. Wennekers, D. Audretsch et R. Thurik** (2002). «An eclectic theory of entrepreneurship : Policies, institutions and culture», *Cahier de recherche*, Amsterdam, Tinbergen Institute.

**Vérin, H.** (1982). *Entrepreneurs, entreprise : histoire d'une idée*, Paris, Presses universitaires de France.

**Vernhet, A.** (1991). *La Graufesenque, céramiques gallo-romaines*, Millau, Édition du Beffroi.

**Verstraete, T.** (1999). *Entrepreneuriat. Connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*, Paris, L'Harmattan.

**Verstraete, T. et A. Fayolle** (2004). « Quatre paradigmes pour cerner le domaine de PME, recherche en entrepreneuriat », VII[e] Congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, 27 au 29 octobre.

**Verstraete, T. et A. Fayolle** (2005). « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat*, vol. 4, n° 1, p. 33-52.

**Verstraete, T. et B. Saporta** (2006). *Création d'entreprise et entrepreneuriat*, Les Éditions de l'ADREG, <http://thierry-verstraete.com/pdf/adreg%2010%20Verstraete%20saporta%20complet.pdf>.

**Vesper, K.** (1980). *New Venture Strategies*, Englewood Cliffs, Prentice Hall.

**Visser, E. et R. Boschma** (2004). « Learning in districts : Novelty and lock-in in a regional context », *European Planning Studies*, vol. 12, n° 4, p. 793-807.

**Voge, J.P.** (1978). « Société d'information et crise économique », *Revue française de communications*, vol. 1, n° 2, p. 24-32.

**Von Krogh, G., K. Ichijo et I. Nonaka** (2000). *Enabling Knowledge Creation*, New York, Oxford University Press.

**Von Thünen, J.H.** (1826). *Der isolierte Staal (L'état isolé)*, cité dans M. Polèse et R. Shearmur, *Économie urbaine et régionale*, Paris, Economica.

**Walker, F. et A. Brown** (2004). « What success factors are important into small business owners ? », *International Small Business Journal*, vol. 22, n° 6, p. 577-594.

**Wallerstein, I.** (1990). *Le capitalisme historique*, Paris, La Découverte.

**Walsh, D.** (2006). *Knowledge and the Wealth of Nations*, New York, W.W. Norton.

**Walsh, V.C.** (1970). *Introduction to the Contemporary Microeconomics*, New York, McGraw-Hill.

**Watson J.** (2006). « Modelling the relationship between networking and firm performance », *Journal of Business Venturing*, vol. 22, n° 6, p. 852-874.

**Watson, T.-J.** (1995). « Entrepreneurship and professional management : A fatal distinction », *International Small Business Journal*, vol. 13, n° 2, p. 33-46.

**Watts, D.** (1999). *Small Worlds : The Dynamics of Networks between Order and Randomness*, Princeton, Princeton University Press.

**Weber, M.** (1964 [1905]). *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon.

**Weerawardena, J., G. Sullivan Mort, P.W. Liesch et G. Knight** (2007). « Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm : A dynamic capabilities perspective », *Journal of World Business*, vol. 42, n° 3, p. 294-306.

**Welsch, H.P. et J. Liao** (2003). « Strategies for entrepreneurship development : Striking a balance between explorative and exploitive research », dans C. Steyaert et D. Hjorth (dir.), *New Movements in Entrepreneurship*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited, p. 20-34.

**Welter, F. et F. Lasch** (2008). « Entrepreneurship research in Europe : Taking stock and looking forward », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 32, n° 2, p. 241-248.

**Wennekers, S. et R. Thurik** (1999). « Linking entrepreneurship and economic growth », *Small Business Economics*, vol. 13, n° 1, p. 27-55.

**Wennekers, S., L.M. Uhlaner et R. Thurik** (2002). « Entrepreneurship and its conditions : A macro perspective », *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1, n° 1, p. 25-68.

**West, J., A. Salter, W. Vanhaverbeke et H. Chesbrough** (2014). « Open innovation : The next decade », *Research Policy*, vol. 43, p. 805-811.

**Wiersma, E.** (2007). « Conditions that shape the learning curve : Factors that increase the ability and opportunity to learn », *Management Science*, vol. 53, p. 1903-1915.

**Wiklund, J., P. Davidsson et F. Delmar** (2003). « What do you think and feel about growth ? A expectancy-value approach to small business manager's attitude toward growth », *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 24, n° 1, p. 37-48.

**Williamson, D.** (2002). « Forward from a critique of Hofstede's model of national culture », *Human Relations*, vol. 55, n° 11, p. 1373-1395.

**Wilson, P.A.** (1999). « A theory of power and politics and their effects on organizational commitment of senior executive service members », *Administration and Society*, vol. 31, n° 1, p. 120-141.

**Winters, R. et E. Stam** (2007). « Innovation networks of high tech SMES : Creation of knowledge but no creation of value », *Jena Economic Research Papers*, n° 42, Max Planck Institute of Economics.

**Witt, U.** (1998). « Imagination and leadership : The neglected dimension of an evolutionary theory of the firm », *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 35, n° 2, p. 161-177.

**Wolff, J.A. et T.L. Pett** (2006). « Small-firm performance : Modeling the role of product and process improvements », *Journal of Small Business Management*, vol. 44, n° 2, p. 268-284.

**Wong, P.K., Y. Ping Ho et E. Autio** (2005). « Entrepreneurship, innovation and economic growth : Evidence from GEM data », *Small Business Economics*, vol. 24, n° 3, p. 335-350.

**Woo, C.-Y., A.-C. Cooper, W.-C. Dunkelberg, U. Dallenbach et W.-J. Dennis** (1989). *Determinants of Growth for Small and Large Entrepreneurial Start-Ups*, Wellesley, Babson College.

**Woolcock, M.** (1998). « Social capital and economic development : Toward a theoretical synthesis and policy framework », *Theory and Society*, vol. 27, n° 2, p. 151-208.

**World Bank Group Entrepreneurship Survey (WBGES)** (2010). <http://www.econ.worldbank.org/research/entrepreneurship>.

**Xavier, S.R., D. Kelley, J. Kew, M. Herrington et A. Vorderwülbecke** (2013). « GEM 2012 Global Report », Wellesley, Babson College.

**Yli-Renco, H., E. Autio et H.J. Sapienza** (2001). « Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms », *Strategic Management Journal*, vol. 22, n°s 6-7, p. 587-613.

**Zafirovski, M.** (1999). « Probing into the social layers of entrepreneurship : Outlines of the sociology of enterprises », *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 11, n° 3, p. 351-371.

**Zahra, S.A. et G. George** (2002). « Absorptive capacity : A review, reconceptualization, and extension », *Academy of Management Review*, vol. 27, n° 2, p. 185-203.

**Zain, M. et S.I. Ng** (2006). « The impacts of network relationships on SMEs' internationalization process », *Thunderbird International Business Review*, vol. 48, n° 2, p. 183-205.

**Zwick, T.** (2002). « Employee resistance against innovations », *International Journal of Management*, vol. 23, n° 5, p. 542-552.

## DES MÊMES AUTEURS

### *Pierre-André JULIEN*

Julien, P.A., D. Latouche et P. Lamonde (1974). *La méthode des scénarios. Une réflexion sur la démarche de la prospective*, Paris, La documentation française. A aussi été publié en finlandais.

Julien, P.A., D. Latouche et P. Lamonde (1976). *Québec 2001. Une société refroidie*, Montréal, Boréal.

Julien, P.A. (1977). *Planification et domination*, Louvain, Faculté des sciences économiques, sociales et politiques, Université catholique de Louvain.

Julien, P.A. (1982). *Le futur du Québec au conditionnel*, Chicoutimi, Gaëtan Morin et l'ERPQ.

Julien, P.A., M. McConnell et W. Pope (1982). *L'Économique*, 2e éd., Montréal, McGraw-Hill.

Julien, P.A., J. Chicha et A. Joyal (dir.) (1986). *Les PME dans un monde en mutation*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Julien, P.A. et B. Morel (1986). *La belle entreprise. La revanche des PME en France et au Québec*, Montréal, Boréal.

Julien, P.A. et M. Marchesnay (dir.) (1988). *La petite entreprise. Principes d'économie et de gestion*, Paris, Vuibert, coll. « Vuibert-Gestion ».

Julien, P.A. et S. Conti (dir.) (1991). *Miti e realtà dei modello italiano*, Bologne, Pàtron Editore.

Julien, P.A. et J.C. Thibodeau (1991). *Nouvelles technologies et économie*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Julien, P.A. (1993). *Petites et moyennes entreprises : compétitivité et technologies*, Paris, OCDE (éditions espagnole et allemande, 1995).

Julien, P.A. (dir.) (1994). *Pour des PME de classe mondiale*, Montréal, Éditions Transcontinental.

Julien, P.A., P.Y. Léo et J. Philippe (dir.) (1995). *PME et grands marchés. Les PME face à l'ALENA et au Marché Unique*, Paris, L'Harmattan.

Julien, P.A. et M. Morin (1996). *Mondialisation de l'économie et PME québécoises*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Julien, P.A. (1997). *Le développement régional. Comment multiplier les Beauce au Québec*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture et Presses de l'Université Laval.

Julien, P.A. et M. Marchesnay (1997). *Économie et stratégie industrielle*, Paris, Economica, coll. « Poche ».

Julien, P.A., M. Carrier, D. Luc, L. Desaulniers et Y. Martineau (2002). *Les PME à forte croissance. 17 cas d'entreprises québécoises*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Julien, P.A., L. Raymond, R. Jacob et G. Abdul-Nour (dir.) (2003). *L'entreprise-réseau. Dix ans d'expérience de la Chaire Bombardier*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Julien, P.A. (dir.) (2005). *Les PME. Bilan et perspectives*, 3e éd., Québec, Presses Inter-universitaires et Paris, Economica (édition américaine, 2000 ; édition espagnole, 2003 ; édition portugaise, 2014).

Julien, P.A. (2005). *L'entrepreneuriat au Québec. Pour une révolution tranquille entrepreneuriale, 1980-2005*, 2e éd., Montréal, Éditions Transcontinental.

Julien, P.A. (2005). *Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance. Une métaphore des romans policiers*, Québec, Presses de l'Université du Québec (édition anglaise, 2007 ; édition colombienne, 2008 ; édition brésilienne, 2010 ; édition catalane, 2010 ; édition italienne, 2010 ; édition allemande, 2011 et édition mexicaine, 2013).

Julien, P.A. et M. Marchesnay (2011). *L'entrepreneuriat*, 2e éd., Paris, Economica, coll. « Poche ».

## *Josée ST-PIERRE*

St-Pierre, J., R. Beaudoin, Y. Bigras, C. Carrier, R. Jacob, A. Joyal, P.A. Julien et J. Perreault (1997). *Stratégie et croissance des PME*, Actes du IIIe Congrès international francophone de la PME, intitulé Stratégie et croissance des PME, Trois-Rivières, Université du Québec à Trois-Rivières, octobre 1997.

St-Pierre, J. (2000). *La gestion financière des PME : théories et pratiques*, 2e éd., Québec, Presses de l'Université du Québec.

St-Pierre, J. et R. Beaudoin (2003). *Les décisions d'investissement dans les PME : comment évaluer la rentabilité financière*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

St-Pierre, J. (2004). *La gestion du risque : comment améliorer le financement des PME et faciliter leur développement*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

St-Pierre, J. et C. De la Durantaye (2009). *La vulnérabilité des TPE et des PME dans un environnement mondialisé,* Actes des XIes Journées scientifiques du Réseau Entrepreneuriat de l'AUF, Trois-Rivières, Université du Québec à Trois-Rivières, 27-29 mai 2009.

St-Pierre, J. et C. Fourcade (2009). *Trente ans déjà d'analyse de la PME et… après ? Vers un paradigme indiscipliné ?*, Numéro spécial de la *Revue Économies et Sociétés*, Série K, Économie de l'entreprise, 20(2), 412 p.

St-Pierre, J. et N. Fadil (2013), *La finance entrepreneuriale,* Numéro spécial de la *Revue internationale PME*, 24(3/4), 315 p.

St-Pierre, J. et M. Trépanier (dir.) (2013). *Créer et développer une PME dans une économie mondialisée : études de cas réels d'entreprises*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 365 p.

Entrepreneuriat & PME

Collection sous la direction
de **Pierre-André Julien**
et de **Josée St-Pierre**

**Les PME en marche vers le développement durable**
*Sous la direction de François Labelle, Chantal Hervieux et Marie-France Turcotte*
2014, ISBN 978-2-7605-4161-0, 256 pages

**Créer et développer une PME dans une économie mondialisée**
Études de cas réels d'entreprises
*Sous la direction de Josée St-Pierre et Michel Trépanier*
2013, ISBN 978-2-7605-3795-8, 388 pages

**Le duo cédant/repreneur**
Pour une compréhension intégrée du processus de transmission/reprise des PME
*Sous la direction de Louise Cadieux et Bérangère Deschamps*
2011, ISBN 978-2-7605-3112-3, 304 pages

**La transmission des PME**
Perspectives et enjeux
*Louise Cadieux et François Brouard, avec la collaboration de Bérangère Deschamps*
2008, ISBN 978-2-7605-1594-9, 288 pages

**Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales**
*Sous la direction de Christophe Schmitt*
2008, ISBN 978-2-7605-1533-8, 346 pages

**Entrepreneuriat régional et économie de la connaissance**
Une métaphore des romans policiers
*Pierre-André Julien*
2005, ISBN 2-7605-1329-7, 408 pages

**La gestion du risque**
Comment améliorer le financement des PME et faciliter leur développement
*Josée St-Pierre*
2004, ISBN 2-7605-1304-1, 288 pages

**Les décisions d'investissement dans les PME**
Comment évaluer la rentabilité financière
*Josée St-Pierre et Robert Beaudoin*
2003, ISBN 2-7605-1214-2, 262 pages

**L'entreprise-réseau**
Dix ans d'expérience de la Chaire
Bombardier Produits récréatifs
*Sous la direction de Pierre-André Julien, Louis Raymond, Réal Jacob et Georges Abdul-Nour*
2003, ISBN 2-7605-1213-4, 530 pages

**Les PME à forte croissance**
L'exemple de 17 gazelles
dans 8 régions du Québec
*Sous la direction de Pierre-André Julien*
2002, ISBN 2-7605-1181-2, 264 pages

**La gestion financière des PME**
Théories et pratiques
*Josée St-Pierre*
1999, ISBN 2-7605-1030-1, 340 pages

**Entrepreneuriat et stratégie des PME**
Recueil de cas
*Sous la direction de Camille Carrier et Colette Fourcade*
1998, ISBN 2-7605-1018-2, 308 pages

**De la créativité à l'intrapreneuriat**
*Camille Carrier*
1997, ISBN 2-7605-0946-X, 154 pages

**Mondialisation de l'économie et PME québécoises**
*Pierre-André Julien et Martin Morin*
1996, ISBN 2-7605-0857-9, 218 pages

Entrepreneuriat & PME

Directeurs de collection
Pierre-André Julien
Josée St-Pierre

# DYNAMISER LE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL PAR L'ENTREPRENEURIAT

## Mesures et clés pour agir

L'entrepreneuriat représente l'un des principaux moteurs de la création de la richesse collective. Or, au Québec comme dans presque tous les pays industrialisés, l'entrepreneuriat connaît actuellement un ralentissement sous l'effet du vieillissement démographique et de l'intensification de la concurrence avec l'émergence de nombreux pays du Sud. S'il est évident que le dynamisme entrepreneurial varie selon les territoires et dans le temps, ces facteurs ne suffisent pas à tout expliquer.

Les auteurs de cet ouvrage cherchent à comprendre les mécanismes qui favorisent l'entrepreneuriat, à mesurer ce processus et, surtout, à identifier ce qu'il faut pour le soutenir et le stimuler. Après avoir défini ce qu'est l'entrepreneuriat, ils résument les nombreuses études conceptuelles et appliquées portant sur ses causes et ses déterminants, tout en discutant des contraintes et des difficultés qui n'ont pas encore été surmontées pour leur analyse. Ils mesurent ensuite ces multiples causes et déterminants en contexte québécois afin d'expliquer quelles variables sont les plus décisives pour assurer le dynamisme entrepreneurial.

Décideurs politiques, intervenants, fonctionnaires, étudiants et chercheurs, bref tous ceux cherchant les meilleurs moyens pour soutenir le développement régional, l'entrepreneuriat et les petites et moyennes entreprises, seront intéressés par cet ouvrage.

**Pierre-André Julien** est professeur émérite à l'Institut de recherche sur les PME de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR). Il a créé la Chaire Bombardier en gestion des PME et la Chaire Bell pour des PME de classe mondiale, fondé l'Association internationale de recherche en PME et créé la *Revue internationale PME*.

**Josée St-Pierre** est professeure titulaire de finance à l'UQTR. Elle est également directrice du Centre de recherche interdisciplinaire sur les PME et l'entrepreneuriat (CRIPMEE), titulaire de la Chaire de recherche du Canada sur la gestion de la performance et des risques des PME et rédactrice en chef de la *Revue internationale PME*.

**Avec la collaboration de** Frédéric Laurin et Michel Trépanier.

PUQ.CA

ISBN 978-2-7605-4214-3