

## Appel à contributions

### Numéro spécial « Les typologies d'entrepreneurs, regards croisés »

**Projet de numéro dirigé par Sophie Boutillier  
2016**

Depuis la typologie de Richard Cantillon au 18<sup>e</sup> siècle, entre les « gens à gages certains » et à « gages incertains », les chercheurs en entrepreneuriat ont été très imaginatifs pour définir des classifications selon différents indicateurs, qu'ils aient trait à l'entrepreneur lui-même (origine sociale, parcours professionnel, innovation, etc.), à son environnement économique, politique, technique ou social (capacité plus ou moins supposée de l'entrepreneur à impulser une nouvelle trajectoire économique, technique, sociale, etc.), ou encore à son entreprise (mode de management, de gestion des ressources humaines, etc.). Au début du 20<sup>e</sup> siècle, Joseph Aloïs Schumpeter marqua les esprits en distinguant les entrepreneurs révolutionnaires et les entrepreneurs imitateurs. A la fin des années 1940, dans la foulée des travaux de Schumpeter, Arthur H. Cole propose quatre types d'entrepreneurs : pratique (rule-of-thumb), informé, sophistiqué et mathématiquement articulé (mathematically advised). Julien et Marchesnay (1989, 1991) distinguent deux types de propriétaires-dirigeants : les PIC (Pérennité, Indépendance, Croissance) et les CAP (Croissance forte, Autonomie, peu de Pérennité). Sammut (2001) reprend l'ensemble des traits caractéristiques des entrepreneurs pour définir différents types de modèles de démarrage de l'entreprise. Nous pourrions encore multiplier les exemples.

A l'heure actuelle, les organismes internationaux ont poursuivi dans cette voie, comme par exemple le *Global Entrepreneurship Monitor* qui a établi une typologie entre les individus qui entreprennent par opportunité et d'autres par nécessité, en prévoyant une catégorie mixte. L'OCDE en revanche dans son panorama annuel de l'entrepreneuriat définit des typologies d'entreprises, non d'entrepreneurs.

Quelle que soit la typologie proposée, les chercheurs qui en sont les concepteurs ont forcément tous leurs arrière-pensées. Est-ce pour mettre en avant la capacité de l'entrepreneur à prendre des risques (non probabilisables selon l'expression célèbre de F. Knight), à innover (l'incontournable Schumpeter) ou selon le type de technologies mobilisées ? Les motivations des chercheurs en la matière sont très variées. Dans un texte publié au début des années 2000, Filion (2000) posait clairement la question suivante : « typologies d'entrepreneurs : est-ce vraiment utile ? ». Le fait de poser la question augure de la réponse apportée. Il souligne que les typologies répondent à des objectifs qui les dépassent. Celles-ci apparaissent en effet dans un champ d'étude au moment où celui-ci est en train de se constituer, et pour préparer un certain consensus paradigmatique. En entrepreneuriat, on note toujours l'absence d'un consensus quant à la définition de l'entrepreneur. Ces propos ont plus de quinze et restent valables aujourd'hui. Ce qui constitue un symptôme de vitalité de la recherche en entrepreneuriat est encore et toujours en train de façonner et refaçonner son objet d'étude (Verstraete, Fayolle, 2005), à l'image de son objet d'étude lui-même qui change constamment au regard de l'état de l'économie, des problèmes sociaux (Aldrich, 2011), des modes d'organisation et des réseaux sociaux des entrepreneurs (Chabaud, Ngijol, 2005), de l'état des techniques et des savoirs et également des mesures de politique publique mises en œuvre (Boutillier, Uzunidis, 2009), etc.

Les chercheurs en économie et en gestion n'ont cependant pas l'exclusivité de la recherche en entrepreneuriat. Les sociologues s'y intéressent également quoique depuis beaucoup plus récemment. La sociologie s'est en effet développée depuis la fin du 19<sup>e</sup> siècle davantage sur l'étude du salariat et de la classe ouvrière que sur celle des entrepreneurs et des patrons (Zalio, 2004). Le monde de la boutique et des petits entrepreneurs a été notamment étudié à la fin des années 1970 par François Gresle. L'intérêt des sociologues pour le thème de l'entrepreneur monte à la fin des années 1970, période marquée par la crise des entreprises tayloriennes-fordistes et le regain de

la création d'entreprise (via les politiques d'accompagnement). La création d'entreprise apparaît alors comme une « solution de dernier ressort » pour nombre d'individus à la recherche d'un emploi salarié introuvable, selon les dires de Mark Casson (1991), qui n'est cependant pas un sociologue.

L'objectif de ce numéro est de regrouper des contributions d'économistes, des gestionnaires et de sociologues afin de présenter dans leur champ disciplinaire propre les mots-clés qu'ils retiennent et à partir desquels ils établissent des typologies d'entrepreneurs. Quelle est leur méthodologie en la matière, ainsi que leurs hypothèses de travail quant à la place et au rôle de l'entrepreneur dans l'économie, la société et l'entreprise ?

Les textes doivent compter entre 6000 et 8000 mots.

**Calendrier de la publication :**

- 15 mai 2015 : envoi de la proposition : titre, résumé de 300 mots, et bibliographie de base.
- 15 juin 2015 : réponse des évaluateurs.
- 30 octobre 2015 : envoi des textes par les auteurs.
- 30 décembre 2015 : réponse des évaluateurs.
- 1<sup>er</sup> juin 2016 : envoi des textes définitifs par les auteurs

**Contact :** Sophie Boutillier, Sophie.Boutillier@univ-littoral.fr.

L'**envoi des propositions** doit être réalisé par mail, avec l'objet « numéro spécial typologies », à Sophie.Boutillier@univ-littoral.fr (destinataire), et soumission@entrepreneuriat.com (copie). Les textes soumis doivent être envoyés sous format word.

Les propositions doivent respecter le format de présentation de la Revue de l'entrepreneuriat. Voir la note aux auteurs :

<http://www.entrepreneuriat.com/pole-recherche/la-revue-nouvelle-formule/note-aux-auteurs/#c958>