



11^{ème} congrès de l'Académie de l'Entrepreneuriat et de l'Innovation

Les institutions, fondatrices des réseaux entrepreneuriaux locaux :

l'identification des opportunités dans le SPL Mecanic Vallée

Bastien BEZZON, Docteur en Aménagement de l'Espace et Urbanisme, Université de Bordeaux, bastien.bezzon@u-bordeaux.fr

Résumé : De nombreux auteurs se sont particulièrement intéressés aux notions de réseau social, de liens forts et faibles ainsi que de capital social pour comprendre l'émergence des opportunités par les interactions sociales. Ces auteurs partent d'un réseau donné pour construire leur réflexion. Néanmoins, les entrepreneurs participent pleinement à la construction de ce réseau. La proposition cherche à savoir sur quelles proximités les entrepreneurs fondent les réseaux territorialisés mobilisables dans l'identification d'opportunités. L'idée centrale défendue est que, dans un cadre territorial, ce sont les institutions facilitent l'émergence des réseaux par le biais de règles et de proximité de médiation. La présente proposition est construite sur une étude de cas portant sur le SPL Mecanic Vallée (Occitanie, France). Elle démontre que l'isolement des entrepreneurs locaux a engendré la mise en œuvre de politiques publiques ayant dynamisé les réseaux locaux par le biais de règles de médiation facilitant les interactions entre entrepreneurs locaux désireux d'identifier des opportunités.

Mots-clés : réseaux, opportunités, proximités, institutions, SPL, développement endogène

1 Introduction

Tremblay (2010) démontre que la définition de l'identification d'opportunités est loin d'être consensuelle. La capacité des entrepreneurs à trouver des idées d'actions, de biens et de services utiles à la création de richesse, à la création d'un profit et à l'amélioration du fonctionnement du marché (prix, quantités, diversité) est difficile à cerner. Trois principaux courants se dessinent pour traiter cette question.

Parmi ces méthodes, plus particulièrement au sein de l'approche constructiviste, les réseaux sociaux sont fortement mobilisés pour comprendre la manière dont l'entrepreneur construit ses réseaux, se positionne en leur sein, les redéfinit pour trouver l'opportunité. Les réseaux sont intéressants pour trouver l'information pertinente.

Néanmoins, cette approche des réseaux reste largement centrée sur l'entrepreneur comme agent et peu comme un acteur produisant une action collective. En effet, même si tout individu peut être un entrepreneur, il n'agit rarement que de lui-même. Il est effectivement adossé à un certain nombre de contraintes qui l'empêchent d'agir librement.

À titre d'exemple, un entrepreneur au sens juridique du terme doit produire des documents officiels nécessaires pour les parties prenantes, comme un business plan. Un salarié sera dans l'obligation de rendre des comptes. Même dans le cadre kirznerien, où la découverte d'opportunité repose uniquement sur le temps et l'information (Chabaud et Ngijol, 2004), l'entrepreneur devra rendre compte de l'utilisation efficace et pertinente de son temps et de ses capacités mentales, au moins à lui-même.

Ce besoin d'une efficacité minimale empêche l'entrepreneur d'effectuer une recherche, une identification, une validation d'opportunité dans n'importe quelles circonstances. Pour reprendre la perspective constructiviste basée sur les réseaux, l'entrepreneur se place dans des réseaux mais les auteurs s'interrogent rarement sur la méthode de construction de ces réseaux. Les différents écrits expliquent parfaitement comment l'entrepreneur se positionne mais peu comment les acteurs intervenant dans ces réseaux y ont été intégrés. Plus précisément, la littérature ne dispose pas d'une grille uniformisée pour identifier le mode de construction du réseau.

Les approches en termes de proximités disposent d'une telle caractéristique. Elles permettent, grâce à un ensemble de points communs, de savoir comment les acteurs intervenant dans des

processus collectifs ont été rencontrés et mobilisés. Néanmoins, ces grilles ne sont utilisables que dans l'approche des réseaux puisqu'elles étudient des phénomènes collectifs.

On peut donc se demander sur quelles proximités les entrepreneurs fondent les réseaux territorialisés mobilisables dans l'identification d'opportunités.

L'idée défendue est que les réseaux territoriaux sont générés par des institutions territoriales (combinaison de proximité institutionnelle et de proximité de médiation) qui facilitent l'action de l'entrepreneur dans leur constitution.

Deux grilles de lecture seront adoptées. D'une part, la grille de Bouba-Olga et Grossetti (2008) qui définit de manière générale les modes de mise en relation des acteurs. D'autre part, la grille de Colletis et Pecqueur (2005) qui attire l'attention sur les institutions dans la génération et le maintien de réseaux.

L'apport de cette proposition est d'étudier l'amont des conclusions liant réseaux et opportunités. En effet, dans la littérature dédiée, les réseaux constituent des données. Cette littérature souligne que le réseau est crucial pour les capacités entrepreneuriales mais ne fait pas de l'entrepreneur un acteur fondateur du réseau. Les proximités permettent à l'entrepreneur de savoir vers quels réseaux il peut se tourner pour chercher des opportunités.

Le réseau n'est pas nécessairement stratégique pour reprendre les termes de Bousquet (2014). Il ne s'agit pas d'une utilisation rationnelle des ressources relationnelles. L'entrepreneur n'a pas forcément de stratégie purement personnelle pour constituer ce réseau. En effet, les institutions peuvent largement influencer la mise en exergue d'un périmètre privilégié d'interactions.

La présente proposition repose sur une étude de cas dédiée au Système Productif Local (SPL) Mecanic Vallée, situé dans la région Occitanie. Une analyse documentaire et de la presse ainsi que des entretiens permettent de retracer le projet collectif local visant à créer des interactions privilégiées entre les acteurs locaux.

Le SPL est un terrain d'étude pertinent pour les réseaux entrepreneuriaux. D'une part, il a été fortement structuré par les entrepreneurs locaux. D'autre part, il cherche à dynamiser et enrichir un réseau d'action local qui n'existait pas il y a encore quelques dizaines d'années (Guillaume, 2008). Par ailleurs, la longévité - 20 ans - de ce réseau local unique dans la région est assez

exceptionnelle ; ce d'autant plus qu'il est issu d'une politique arrêtée il y a bientôt 10 ans. Le SPL a pu bénéficier de réseaux locaux efficaces.

La première partie de cette proposition partira de la définition très délicate des opportunités pour s'orienter vers la perspective constructiviste. Cette dernière sera abordée par le biais des réseaux sociaux. La littérature associant ces réseaux aux opportunités sera analysée. Une lecture plus fine permettra de mettre en exergue le rôle positif des proximités dans la création du réseau des entrepreneurs, notamment dans un contexte territorial.

Par la suite, les quatre grandes grilles de proximités sont exposées et leurs apports respectifs sont mis en lumière. Le choix des grilles de Colletis et Pecqueur (2005) et Bouba-Olga et Grossetti (2008) sera justifié au vu des conclusions issues de la littérature précédemment mobilisée. Les données et la méthodologie de l'étude de cas seront exposées. Enfin, la dynamique institutionnelle et patrimoniale du SPL Mecanic Vallée sera présentée.

2 Revue de la littérature

2.1 Les réseaux au fondement de l'identification d'opportunités

2.1.1 Une difficile définition de l'opportunité

Tremblay (2010) note les nombreuses définitions de l'opportunité. Néanmoins, l'auteure pointe ses quatre caractéristiques principales : « une nouveauté ou une innovation », « une capacité d'action », « un profit » et « un contexte de marché ».

L'opportunité est qualifiée de trois manières dans la littérature (Tremblay et Carrier, 2006). La première est objective, c'est-à-dire que l'opportunité existe en dehors de l'entrepreneur et ce dernier doit la découvrir. Il s'agit d'une « ontologie naturaliste » (Chabaud et Ngijol, 2004). L'entrepreneur et l'opportunité sont deux réalités totalement dissociées, les opportunités constituant un stock à exploiter par leur découverte (Dejardin, 2006).

Cette lecture consiste à identifier les différences de prix sur le marché et à rétablir l'équilibre de ce dernier (Verstraete et Fayolle, 2005) de sorte à homogénéiser les prix. Il s'agit alors de révéler des gains inexploités (Ngijol, 2015). Ces gains étant liés aux mécanismes du marché (Degeorge et Magakian, 2013), l'entrepreneur se doit d'être vigilant. Casson (1982) utilise la différence de prix pour signifier que l'entrepreneur ne rétablit pas forcément l'équilibre mais

peut chercher à vendre les biens et services à un prix plus élevé que celui pratiqué (Verstraete et Fayolle, 2005).

Une deuxième lecture de l'identification d'opportunité adopte une vision subjective. Cette vision est déterminée par les capacités cognitives et intellectuelles de l'entrepreneur. Les différences de capacités influencent l'aptitude à identifier les opportunités. Il s'agit d'une « représentation de l'environnement » (Dejardin, 2010). Baron et Ensley (2006) identifient, à titre d'exemple, des différences entre les entrepreneurs novices et confirmés. Ozgen et Baron (2007) insistent sur les compétences techniques des entrepreneurs.

Dans ces deux visions, il existe une différence entre la « reconnaissance de l'opportunité et la mise en œuvre » (Chabaud et Ngijol, 2005). À ce titre, on observe la différence entre l'entrepreneur défini par Kirzner et l'entrepreneur schumpétérien. Le premier « découvre » les opportunités tandis que le second les crée (Kirzner, 1999; Dejardin, 2006). Cette différence est concentrée par Ngijol (2015) qui distingue deux courants de pensée : celui lié à la découverte des opportunités et celui caractérisé par la création.

Un troisième courant émerge. Ce dernier est constructiviste. Dans ce cas, les entrepreneurs et les opportunités sont reliés (Chabaud et Ngijol, 2004) puisque les entrepreneurs participent à la construction des opportunités. Les auteurs de ce courant notent que les analyses précédentes, notamment celle de Kirzner, sont difficilement concevables puisque l'entrepreneur ne sait pas ce qu'il cherche (Dejardin, 2006).

2.1.2 L'information centrale dans l'identification d'opportunités

L'information a un caractère fondamental dans l'identification d'opportunités. Dejardin (2006) note que « sans ignorance, il n'y a pas de marché » et, par voie de conséquence, il n'y a pas d'entrepreneurs. L'information permet à l'entrepreneur de savoir où il peut agir et avec quelles conséquences, pour lui-même (validation de l'opportunité et/ou profit créé) et pour ledit marché (compétitivité améliorée ou insertion de nouveaux produits).

L'activité entrepreneuriale s'auto-génère pour Dejardin (2006) pour qui l'entrepreneur « entretient la connaissance partagée des entrepreneurs ». La détection d'opportunités permet d'améliorer le fonctionnement du marché, son équilibre notamment. Elle engendre de nouvelles opportunités, des déséquilibres par exemple ou de nouvelles combinaisons productives. C'est pour cela que Dejardin (2006) explique que « l'intensité des déséquilibres permet de juger l'activité entrepreneuriale ».

Par ailleurs, outre une amélioration du fonctionnement du marché, la découverte d'opportunités est pertinente pour l'entrepreneur. Elle améliore sa capacité à chercher l'information de par son expérience augmentée, en d'autres termes, sa vigilance (Ngijol, 2015). De même, l'information augmente avec les réseaux de l'entrepreneur et développe ces mêmes réseaux comme cela sera observé ultérieurement dans cette proposition.

En toutes circonstances, l'entrepreneur doit avoir un accès privilégié à l'information et doit, pour distancer la concurrence, bénéficier des asymétries d'information (Chabaud et Ngijol, 2004) et profiter du manque de synchronisation (Plociniczak, 2003). L'entrepreneur doit donc « savoir où est l'information pertinente » (Chabaud et Ngijol, 2004). Cette information permet, selon Plociniczak (2003), d'accéder à l'opportunité. Toutefois, Chabaud et Ngijol (2004) notent que l'information n'est pas suffisante.

Il est nécessaire de l'interpréter et d'agir en fonction. L'information renvoie aux processus cognitifs (capital humain, schémas mentaux) permettant de la traiter et aux besoins du marché qui la rendent pertinente et potentiellement transformable. De même, Dejardin (2006) pointe le caractère tacite de l'information, ce qui tend à souligner l'importance des processus cognitifs mais aussi les processus constructivistes en ce sens que l'information doit être objectivée (Chabaud et Ngijol, 2004).

Pour Ngijol (2015), la vigilance est de « savoir où trouver l'information pertinente sur les données du marché » que de maîtriser ces données elles-mêmes. De même, il peut être nécessaire de la combiner pour développer son potentiel (Plociniczak, 2003). Mejri et Ramadan (2016, 2017) notent que les liens sociaux permettent « l'accès aux idées et à l'information ».

2.1.3 L'importance des réseaux dans l'identification d'opportunités

L'importance de l'information souligne le caractère individuel de l'identification d'opportunité en ce sens que l'entrepreneur est un individu qui agit, réfléchit et décide seul. Tremblay (2006 et 2010) souligne, au contraire le processus « d'identification collective » des opportunités c'est-à-dire la mise en commun de connaissances et de relations afin de dynamiser la découverte des opportunités.

Chabaud et Ngijol (2005) ont tracé une voie intermédiaire faisant de l'opportunité un fruit des réseaux sociaux dans lequel est placé l'entrepreneur, ce qu'ils qualifient de « contexte relationnel » (Chabaud et Ngijol, 2004). Le réseau fait que « la découverte et l'exploitation de l'opportunité sont imbriquées » (Chabaud et Messeghem, 2010)

Les auteurs soulignent l'importance des liens forts et des liens faibles dans la découverte de l'opportunité. La force des liens est mesurée grâce aux « durée, intensité émotionnelle, intimité, services réciproques » entre les individus (Plociniczak, 2003). Chaque type de lien dispose d'une utilité différente.

Les liens faibles représentent les relations qu'ont les acteurs avec des individus qu'ils ne connaissent que peu, voire pas, permettent l'accès à des éléments nouveaux. Ils augmentent « la portée du réseau » (Davidsson et Honig, 2003). Pour Davidsson et Honig (2003), ce sont les liens faibles qui sont porteurs des informations les plus pertinentes et les plus innovantes sur le fonctionnement du marché. Il s'agit des « plus fraîches » et représentent des « ressources critiques essentielles » (Davidsson et Honig, 2003).

Le réseau peut être observé grâce aux liens dyadiques. Ces derniers sont égocentrés (Slotte-kock et Coviello, 2010) et permettent l'observation des relations entre deux individus à chaque fois. Or, cette méthode expose au risque d' « atomisation dyadique » (Plociniczak, 2003). Cette dernière fait de l'entrepreneur un acteur qui agit interlocuteur par interlocuteur. Les auteurs adoptent fréquemment une vision plus large.

En effet, les liens forts et les liens faibles amènent à s'intéresser aux encastremements structural et relationnel des acteurs. Il s'agit respectivement des réseaux proches et éloignés dans lesquels ils sont inscrits. Les liens forts sont construits par les individus de manière dyadique. L'encastrement structural correspond aux relations qu'ont les acteurs inclus dans les liens forts avec l'entrepreneur mais que ce dernier n'a pas. Des acteurs inconnus influencent donc son environnement social.

Il s'agit donc de connaissances de connaissances. Or, les « structures des réseaux des entrepreneurs constituent des ressources et des opportunités » (Bhagavatula *et al.*, 2010). Si l'entrepreneur ne dispose que de liens forts, cela signifie que tous ceux avec qui il est en contact se connaissent bien entre eux. Aussi, on parle de forte cohésion (de clique en théorie des réseaux sociaux). La forte interconnaissance permet d'avoir une circulation très fluide des informations entre les membres du réseau.

Néanmoins, cette forte connectivité est liée à une faible originalité. Aussi, si les informations circulent bien, elles sont qualifiées de « redondantes » c'est-à-dire dépourvues de nouveauté (Arenius et De Clercq, 2004). Pour qu'il y ait de la nouveauté, les réseaux doivent être peu

redondants c'est-à-dire les moins cohésifs ((Arenius et De Clercq, 2004). Dans ce cas, les connexions entre les acteurs sont un alliage de liens forts et faibles.

Il s'agit de bonding lorsque les liens concernent des individus appartenant à un même réseau ou de bridging lorsque ces liens réunissent des individus inscrits dans des réseaux différents. Ce dernier élément permet d'atteindre une diversité d'individus peu connus et qui constituent de la nouveauté sociale porteuse d'informations nouvelles. Il s'agit donc d'exploiter les trous structurels ou gaps (Bhagavatula *et al.*, 2010).

Les liens forts et les liens faibles sont aussi pertinents les uns que les autres. Les liens forts représentent des personnes de confiance comme les membres de la famille (Davidsson et Honig, 2003). Chez Chabaud et Ngijol (2004 et 2005), les liens forts permettent « d'élaborer l'offre de produit ». Ils sécurisent donc la production d'idées. En revanche, les liens faibles sont pertinents pour évaluer le gain économique. Ils sont utiles pour atteindre des experts capables d'identifier ce gain.

Pour d'autres acteurs, la position dans les réseaux sociaux permet de créer du profit de par le lien qu'elle crée entre des mondes sociaux qui ne se connaissent pas (Chabaud et Ngijol, 2005). Cette méconnaissance permet l'accès à l'information et à l'innovation et peut donc être source de profits (Davidsson et Honig, 2003).

Il s'agit de personnes qui bénéficient personnellement de leur positionnement tant pour les idées qu'elles accumulent que les idées et les connexions qu'elles peuvent monnayer par d'autres acteurs. À titre d'exemples, un acteur en relation avec deux réseaux très forts, mais qui ne se connaissent pas, pourra les mettre en relation contre un paiement. Parallèlement, il pourra bénéficier des informations et des idées qui circulent et qu'il sera le seul à pouvoir combiner.

Les réseaux peuvent être adaptés aux stades de l'identification d'opportunités comme le démontrent Chabaud et Ngijol (2005) qui soulignent que l'« opportunité est inscrite dans le temps » ce qui « confère un rôle crucial aux relations personnelles ». Slotte-kock et Coviello (2010) soulignent que, dans la littérature, les auteurs notent que les réseaux peuvent, à leur tour, influencer l'entrepreneur. De même, les caractéristiques des acteurs peuvent aussi moderler le contenu du réseau. C'est ce que soulignent Ozgen et Baron (2007) au sujet des mentors, des réseaux informels et professionnels.

Les notions de liens forts et de liens faibles amènent à la notion de capital social. Elle est liée à un réseau d'acteurs stable, riche et utilisable dans une diversité de situations et à long-terme. Il

s'agit, en d'autres termes, des acteurs sur lesquels un individu peut compter dans une diversité de situations. Il dépend donc de la confiance et dispose de frontières assez bien identifiables (Davidsson et Honig, 2003; Slotte-kock et Coviello, 2010). Ce capital est directement relié aux encastremements structural et relationnel. La notion de capital social souligne l'importance de conserver des relations dans le temps et de faire attention « aux relations passées » (Plociniczak, 2003).

Slotte-kock et Coviello (2010) soulignent que l'action sociale de l'entrepreneur peut être réalisée à différents niveaux d'action. Il s'agit, par exemple, de la famille, des amis cités par Chabaud et Ngijol (2005), des dispositifs d'aide à l'entrepreneuriat (Garzoun et Haddad, 2016). Ces conclusions sont confirmées par les analyses entrepreneuriales du territoire (Barthe, Beslay et Grossetti, 2008; Reix, 2008).

L'entrepreneur peut donc jouer sur ces niveaux d'action pour bénéficier d'une qualité différenciée d'information mais aussi disposer de réseaux plus ou moins étendus.

2.2 Les proximités, génératrices de réseau

Les proximités constituent des caractéristiques communes entre individus mobilisées dans le cadre d'un projet collectif afin de mener à bien des relations privilégiées. Elles permettent d'expliquer la construction des réseaux et des interactions. Plusieurs projets scientifiques ont marqué la réflexion autour des proximités (Filippi, Wallet et Polge, 2018). Les quatre grilles majeures (Rallet et Torre, 2004; Boschma, 2005; Colletis et Pecqueur, 2005; Bouba-Olga et Grossetti, 2008) seront donc étudiées et mises en perspective.

2.2.1 Les proximités génèrent des coordinations localisées

La première grille structurante des proximités est proposée par Rallet et Torre (2004). Cette grille souligne que les interactions ne sont pas réalisées aléatoirement mais en des lieux où les acteurs bénéficient de différentes proximités qui leur permettent d'interagir.

Les auteurs soulignent l'existence de deux formes de proximités. La première est la proximité géographique qui correspond à l'éloignement physique relatif des acteurs. L'adjectif « relatif » fait référence à la forte influence des processus sociaux sur la définition de la proximité géographique.

Les acteurs se localisent en des lieux où ils peuvent aisément interagir et où l'interaction est pertinente. Ces mêmes acteurs ont donc besoin d'une proximité organisée. Elle correspond à l'appartenance et à la similitude. L'appartenance représente les réseaux sociaux au sein desquels s'inscrivent les acteurs. Il s'agit des occasions au cours desquelles ils peuvent interagir. La similitude représente les règles auxquelles s'astreignent les acteurs et qui rendent leurs comportements prévisibles.

Les acteurs agissent dans des contextes géographiques particuliers. La proximité géographique ne signifie pas une proximité permanente en un même lieu. Les auteurs soulignent que cette forme de proximité est aujourd'hui relativement minoritaire dans l'ensemble des interactions sociales. La proximité géographique temporaire est très forte.

Elle signifie que, temporairement ou sur le long-terme, la présence des acteurs en un même lieu est bénéfique à leurs interactions. Or, ces interactions sont définies par la proximité organisée. À titre d'exemple, dans le cadre du travail, les besoins de coordination sont construits par les interactions et les interlocuteurs.

Les acteurs ne se localisent donc pas par hasard. De plus, les auteurs soulignent explicitement la distinction entre agglomération et localisation. L'agglomération correspond à une présence de plusieurs acteurs dans un même espace sans que ces derniers interagissent. La localisation correspond, quant à elle, à un ensemble de points communs mobilisés pour interagir.

2.2.2 Les proximités fondatrices de la compréhension

Boschma (2005) va produire une autre réflexion concernant les proximités, à peu près au même moment que Rallet et Torre. Boschma s'intéresse aux phénomènes d'innovation. Pour que ces derniers émergent, il est nécessaire que les acteurs puissent interagir, qu'ils se comprennent mais aussi qu'ils puissent s'apporter quelque chose.

Pour mettre en valeur ces trois éléments, Boschma va souligner l'influence positive et négative des proximités en mettant en exergue l'effet de verrouillage. Par ailleurs, l'auteur va affiner le contenu des proximités.

Boschma identifie cinq formes de proximités. La proximité géographique correspond à la distance entre les acteurs. La proximité organisationnelle permet de saisir la capacité que les acteurs ont d'interagir au sein des organisations comme entre les organisations. Elle correspond

plutôt à un niveau macro-social. La proximité sociale la complète : il s'agit de l'ensemble des relations sociales dans lesquelles les individus sont insérés.

Par cette proximité, Boschma souligne le rôle de l'encastrement des relations sociales et le rôle des individus. En cela, il estime que les acteurs individuels ont un rôle aussi important que les organisations. La proximité cognitive correspond à l'ensemble des éléments des connaissances qui permettent aux acteurs de se comprendre et d'interagir.

Enfin, la proximité institutionnelle désigne l'ensemble des règles et des normes que les acteurs respectent pour interagir. Ce découpage fin distingue plusieurs éléments qui, précédemment, dans la littérature, étaient rassemblés et allaient donc systématiquement de pair.

Boschma introduit l'influence négative des proximités, au-delà de la seule proximité géographique comme le font Rallet et Torre. Pour ces deux auteurs, la proximité géographique peut être nocive en raison de la conflictualité. Pour Boschma, une trop faible proximité entraîne la difficulté des acteurs à se comprendre et à interagir. Ils ne peuvent innover dans un ensemble de points communs trop forts. En effet, la redondance des savoirs, des personnes, des circonstances d'interaction engendre un verrouillage (lock-in).

Boschma s'illustre par deux apports principaux. D'une part, la proximité géographique n'est pas impérativement nécessaire aux interactions. D'autre part, ces mêmes interactions dépendent à la fois des organisations et des individus. Les organisations permettent les interactions entre les individus qu'elles rassemblent. Néanmoins, les réseaux construits dépendent des choix des individus.

2.2.3 Les proximités modulent la force des liens

D'autres proximités ont démontré l'influence des proximités sur les conditions concurrentielles et la capacité à s'extraire de mécanismes classiques du marché. De cette capacité dépend la possibilité qu'ont les producteurs à augmenter le prix au-delà de la concurrence ou, au contraire, à devoir se conformer aux comportements concurrentiels pour conserver les parts de marché et la rentabilité.

Chez Colletis et Pecqueur (2005), les réseaux sont associés à des stades de développement économique. Ces derniers sont au nombre de trois et reposent sur différentes combinaisons de proximités. L'agglomération est liée à la seule proximité géographique. Les acteurs interagissent parce qu'ils sont physiquement proches mais ne sont pas coordonnés.

Dans le cadre de la spécialisation, la proximité géographique est couplée à la proximité organisationnelle. Cette dernière correspond à des activités productives particulières qui dominent les coordinations productives. Les acteurs économiques profitent de leur proximité physique et de leur appartenance à une même activité pour interagir.

Enfin, la spécification correspond à la combinaison des proximités géographique, organisationnelle et institutionnelle. Cette dernière fait référence à l'ensemble des normes et des règles auxquelles se conforment les acteurs pour interagir.

Les combinaisons de proximités influencent fortement les conditions de concurrence entre acteurs. La spécialisation correspond à des conditions de forte concurrence. L'activité centrale, généralement sectorielle, peut être retrouvée dans une diversité de processus productifs. Aussi, les acteurs spécialisés sont soumis à une forte concurrence par les prix.

En revanche, les acteurs inclus dans un processus de spécification ont beaucoup plus de marges de manœuvre en termes de fixation des prix et des profits. La spécification signifie la particularité, la singularité. Les productions réalisées ne sont pas (ou peu) disponibles dans d'autres contextes productifs. Aussi, les acteurs économiques bénéficient d'une rente de territoire (Colletis et Pecqueur, 2018). La compétitivité de la spécification est hors-prix et repose beaucoup sur la proximité géographique (Pecqueur, 2018).

Les deux auteurs ne soulignent pas explicitement que les réseaux associés aux formes de développement sont d'une richesse plus ou moins importante. Ceux de la spécification combinent le plus de proximités et sont très difficilement imitables, contrairement à ceux liés à la spécialisation, plus communs dans une diversité de contextes productifs.

2.2.4 Les proximités expliquent la diversité des réseaux

Bouba-Olga et Grossetti (2008) ont cherché des points communs entre toutes les grilles de proximités et sont arrivés à distinguer plusieurs niveaux d'action. Pour ce faire, les auteurs identifient trois grandes familles de proximité.

La première est la proximité géographique ou spatiale, relativement classique. La deuxième forme est la proximité de ressources, que ces dernières soient matérielles ou idéelles. Les ressources correspondent à l'ensemble des caractéristiques des individus « isolés ». Elles sont susceptibles de fonder des coordinations mais ne peuvent le faire en elles-mêmes puisqu'elles ne sont pas sociales. Elles ont besoin d'un activateur.

Les ressources matérielles correspondent à des éléments matériels rattachés aux individus, il s'agit des revenus, du lieu de résidence par exemple. Concernant les ressources idéelles, il s'agit des ressources se trouvant « dans la tête des acteurs » pour reprendre les termes des auteurs. Il s'agit notamment des ressources cognitives.

Les ressources sont activées par la proximité de coordination qui permet de rendre compte de la manière dont les acteurs isolés ont construit leurs interactions. Il existe deux proximités de coordination. La première est la ressource relationnelle. Chaque acteur construit ses propres réseaux selon son parcours de vie par exemple. Il y a aussi la proximité de médiation c'est-à-dire des dispositifs, notamment institutionnels, qui permettent de relier les individus sans que ceux-ci ne se connaissent.

La proximité de médiation ne dépend plus des acteurs et de leurs volontés. Il s'agit, par exemple, de l'école, du travail c'est-à-dire de dispositifs qui ont toutes les chances de survivre aux acteurs individuels. Les proximités de coordination sont interdépendantes puisque les réseaux individuels sont souvent construits au sein de dispositifs de médiation. Par ailleurs, les réseaux individuels charpentent les réseaux de médiation en créant des relations privilégiées.

Ces deux formes de proximité de coordination permettent de reprendre les notions de réseau relationnel et structurel et de démontrer leurs interdépendances. Les acteurs construisent leurs réseaux mais n'agissent pas librement de par leur inscription dans des cadres sociaux qui s'imposent à eux (au moins temporairement).

2.3 L'apport des proximités à la détection d'opportunités

2.3.1 Les limites de l'identification par les réseaux

L'apport de la vision constructiviste par les réseaux est très appréciable. Elle permet de faire du réseau un élément à part entière du processus d'identification par le repérage et l'évaluation des idées. Néanmoins, cette littérature place l'entrepreneur dans un schéma de l'identification qui reste imperméable à la dynamique d'accumulation des relations sociales alors que celles-ci sont recherchées pour créer une asymétrie d'information bénéfique au processus entrepreneurial.

La littérature observée ci-avant reste pétrie par l'individualisme méthodologique et fait de l'acteur un individu relativement isolé. Ses actions sont stratégiques. À ce titre, au niveau du réseau social, l'entrepreneur fait évoluer sa position et la constitution de ses réseaux en fonction des étapes du processus entrepreneurial et de la force de ses liens.

Bien que pertinente, cette méthode de recherche laisse à penser que, en l'état, l'entrepreneur peut agir en tout point et tout lieu du marché. À ce propos, l'utilisation quasi-systématique du singulier concernant le marché signifie que les entrepreneurs agissent tous sur le même marché et sont donc considérés à stricte égalité.

Or, les conclusions de la précédente littérature laissent entrevoir une diversité de marchés. L'introduction de nouveaux biens et services entraîne la création de marchés dédiés aux nouveaux biens et services, ce pour respecter le principe d'homogénéité.

D'autre part, les entrepreneurs créent leur environnement social pour accéder aux informations et aux opportunités. En conséquence, le marché comme organisation est doublé d'une mosaïque de réseaux épars, collectifs ou centrés sur l'entrepreneur, ce qui laisse présager des capacités différenciés d'action sur le marché.

Parallèlement, l'entrepreneur améliore le fonctionnement des marchés mais toujours au bénéfice de la collectivité. Néanmoins, les propos précédemment observés laissent envisager de nouvelles formes d'action de l'entrepreneur. L'exemple du « pont » (bridge) entre deux réseaux en est la meilleure illustration. L'entrepreneur peut effectivement faire circuler l'information entre les deux réseaux et son action leur être profitable. L'entrepreneur peut créer une rente d'informations à son seul bénéfice.

De même, le réseau bénéficie de frontières assez visibles et stables. Sans ces dernières, la notion de capital social est difficile à tracer, au même titre que les liens forts et les liens faibles dont dispose l'entrepreneur. Or, ces frontières ne peuvent être les mêmes pour tous les entrepreneurs puisque chacun se différencie (plus ou moins) par son réseau.

Enfin, comme le notent Slotte-kock et Coviello (2010), le réseau d'affaires n'a pas de limites alors que le réseau social en a. Cette conclusion laisse deviner que les réseaux sociaux n'ont pas de limite en termes d'utilisation. C'est ce que souligne la différence entre liens forts et liens faibles. Pourtant, ces liens forts et liens faibles constituent encore des données de l'exercice entrepreneurial. Ils ne sont pas placés dans une dynamique par l'analyse des réseaux sociaux.

Cette littérature déconnecte encore beaucoup accès aux opportunités, constitution du réseau et dynamique entrepreneuriale. En effet, les entrepreneurs n'émergent pas dans n'importe quelles circonstances et n'agissent pas avec les acteurs à la même intensité, ce qui transparait avec les concepts de liens forts et de liens faibles.

2.3.2 Territoire, proximités, réseaux et opportunités, des relations démontrées

Le territoire est un concept qui permet de mieux comprendre la construction des réseaux entrepreneuriaux et le phénomène d'encastrement de l'entrepreneur.

Les réseaux qualifiés de « territoriaux » sont qualifiés de « centraux pour la création d'entreprises » (Plociniczak, 2003). Cette conclusion est validée par Barthe, Beslay et Grossetti (2008) ainsi que Reix (2008). Le premier auteur souligne que l'entrepreneur n'est pas « un self-made man » mu par son héroïsme. Il s'insère dans les réseaux qui sont pertinents à son activité. Ces réseaux lui donnent un ensemble de ressources (affectives, amicales, professionnelles) qui soutiennent et facilitent l'effort entrepreneurial. L'entrepreneur agit là où il dispose d'une assise et d'un fort encastrement humain (relations) et symbolique (attachement au territoire, volonté de participer au développement local).

L'entrepreneuriat se place dans une continuité de vie puisqu'il est réalisé de manière privilégiée dans les lieux, les réseaux déjà existants. Néanmoins, l'effort entrepreneurial requiert un besoin de découplage (séparation) relative des relations. Ces relations ne doivent pas empiéter le projet entrepreneurial ou l'étouffer. De même, l'entrepreneur est le dernier décisionnaire et doit bénéficier d'une autonomie lui permettant de disposer de l'information pertinente mais aussi de réaliser son projet.

Barthe, Beslay et Grossetti (2008) abondent dans ce sens en soulignant, chez le créateur d'entreprise, le besoin d'une « triple proximité », géographique, professionnelle et relationnelle. L'objectif des proximités est de limiter fortement les inconnues du processus entrepreneurial. Ces inconnues sont liées au profit mais aussi à la réussite humaine de l'entreprise et de l'accès aux ressources dans le temps et l'espace.

Reix (2008) ainsi que Barthe, Beslay et Grossetti (2008) donnent un contenu plus dynamique aux conclusions de Plociniczak (2003). Asselineau, Albert-Cromarias et Ditter (2014) notent que la proximité fonde un écosystème local pertinent pour l'entrepreneur dans lequel il peut bénéficier de ressources inimitables et inscrites dans une diversité de relations. Les proximités permettent de construire ces relations notamment parce que les petites entreprises agissent sur des marchés de proximité.

D'autres auteurs ont souligné l'apport des proximités dans le processus d'entrepreneuriat. C'est notamment le cas des auteurs s'intéressant aux essaimages ou spin-off (Laviolette et Everaere-Roussel, 2008; Boschma, 2015 ; Cusmano, Morrison et Pandolfo, 2014 ; Klepper et Sleeper,

2005). Ces auteurs démontrent la continuité et la complémentarité qui existent entre un essaimeur et un essaimé.

Ce dernier se place dans un domaine de compétences qu'il maîtrise, fréquemment avec l'aide de son ancien employeur. Il bénéficie de ressources substantielles qui augmentent sensiblement sa capacité à réussir son entreprise. Néanmoins, l'entrepreneur doit trouver une place personnelle dans le réseau productif et personnel. Ceci permet d'éviter les doublons, en d'autres termes, une affectation sous-optimale des ressources, une division du travail sous-optimale et une concurrence potentielle.

Dejardin (2006) voit les proximités comme un facteur positif d'interaction permettant « la fréquence des rencontres » et les « activités innovantes ». Néanmoins, le même auteur voit l'entrepreneuriat comme une activité décidée en fonction de la fécondité de l'environnement (Dejardin, 2006). Les régions sont des « stocks d'opportunités ». Ces derniers dépendent des facultés des entrepreneurs (diplômes, capital humain) ainsi que de la capacité de la région à développer des perspectives de profits. Ces capacités pétrissent les choix occupationnels des individus entre gestionnaires ou entrepreneurs. L'entrepreneur, en exploitant ces opportunités est au cœur d'une dynamique de développement endogène (Dejardin, 2010).

Bousquet (2014) s'intéresse particulièrement à l'ancrage des entrepreneurs et identifie un périmètre privilégié d'interactions sociales. L'auteur pointe différentes formes d'ancrage (sociétal, patrimonial, d'innovation). Ces ancrages sont déterminés par la nature des liens personnels entre l'entrepreneur et le territoire.

Bousquet (2014) se place partiellement dans le sillage des conclusions de Torres (2004, Torrès, 2015). Pour l'auteur, la proximité permet de réduire l'incertitude chez l'entrepreneur car elle est fortement associée à la connaissance et à la confiance (Torrès, 2008). C'est par exemple le cas des relations bancaires (Torrès, 2011). La proximité est associée à une réduction du champ de vision du dirigeant de la petite entreprise (Torrès, 2015) et pétrit l'ensemble de ces décisions notamment relationnelles.

2.3.3 L'apport des proximités dans la dynamique entrepreneuriale

L'apport des grilles de lecture des proximités permet de clarifier et d'adopter des concepts permettant de mieux cerner la construction des réseaux sociaux mobilisables dans l'identification des opportunités. La construction de ce réseau devient donc stratégique dans le

processus d'identification et permet aux entrepreneurs de savoir où chercher les acteurs, les interactions et, par conséquent les informations.

Plusieurs éléments rassemblent les conclusions observées dans les littératures dédiées à l'identification d'opportunités et aux proximités. En effet, Tremblay (2010), par le biais de l'identification collective des opportunités, développe une vision similaire à celle de Rallet et Torre (2004).

En effet, l'identification collective demande des moments privilégiés d'interaction entre les entrepreneurs mais aussi des règles permettant de régir ces interactions. Ces règles sont, entre autres choses, le besoin de « culture entrepreneuriale » (Tremblay, 2010). Sans ces règles les interactions ne sont pas prévisibles et les objectifs ne pourront être définis. De même, la proximité géographique est marquante chez Tremblay.

Les analyses en termes de niveaux d'action, dont l'existence est explicitée chez Slotte-kock et Coviello (2010) sont repris par Bouba-Olga et Grossetti (2008). Ces deux auteurs soulignent que les réseaux sont construits de manière relationnelle ou par médiation. La différence vient de l'étendue des réseaux, ceux de médiation étant largement plus importants.

Par ailleurs, ces niveaux d'actions laissent entrevoir la différence entre les liens forts (les relations créées par les acteurs) et les liens faibles (des dispositifs de médiation dédiés à la mise en relation d'acteurs).

Les analyses de Colletis et Pecqueur (2005) ainsi que de Boschma (2005) ne sont pas abordées dans l'analyse des réseaux dédiés aux opportunités. Elles sont utilisées de manière plutôt éloignée via le capital humain et l'apprentissage. Ces deux grilles insistent plutôt sur les savoirs et les savoir-faire. Néanmoins, la lecture de Colletis et Pecqueur (2005), qui est dynamique, peut être reliée au besoin de dynamique cohérente dans la création des réseaux entrepreneuriaux (Plociniczak, 2003).

2.3.4 Les grilles pertinentes de proximité

La grille de Bouba-Olga et Grossetti (2008) retrace les différents de niveaux d'action pointés par (Chabaud et Messeghem, 2010). En effet, elle permet de comprendre la mise en relation des acteurs et de retrouver en partie les liens forts, les liens faibles et le capital social dont bénéficient les entrepreneurs. Les proximités de coordination identifient l'origine des relations des individus et la liberté dont ils disposent pour construire leurs réseaux.

La proximité de médiation est une ressource sociale très importante. Un intermédiaire est un acteur ou un dispositif dont la caractéristique principale est de mettre en relation les acteurs. Aussi, le médiateur représente l'accès à une diversité d'acteurs et de réseaux.

Les acteurs individuels construisent leurs réseaux grâce à ces médiateurs qui facilitent leur action, leurs interactions. Bouba-Olga et Grossetti (2008) assimilent les médiateurs à des institutions. En conséquence, ils disposent d'un certain pouvoir contraignant en deux sens. D'une part, ils peuvent obliger les acteurs qu'ils rassemblent à interagir. C'est par exemple le cas dans le travail où à l'école où les acteurs n'interagissent pas avec qui ils veulent puisqu'ils existent des obligations.

D'autre part, les institutions peuvent fortement influencer les interactions, sans contraindre les individus. C'est par exemple le cas où elles facilitent les occasions d'interactions et incitent leur création. Parallèlement, les médiateurs peuvent être construits par les acteurs et ne pas être des données exogènes. C'est, par exemple, le cas lorsque ce médiateur est créé par différents réseaux afin de faciliter leurs interconnexions.

La proximité relationnelle indique parfaitement la capacité des acteurs à construire assez librement leurs réseaux. Bien que généralement inscrits dans des institutions et de médiations (Bidart, Degenne et Grossetti, 2011), les acteurs disposent d'une liberté pour choisir les partenaires à leur convenance et construire des réseaux traversant les institutions et médiations. Les réseaux sont donc au croisement des deux formes de proximité de coordination.

La grille de Colletis et Pecqueur (2005) permet de clarifier les notions de liens forts et de liens faibles, ce que ne font pas explicitement la précédente grille de proximités. La spécialisation et la spécification permet de réaliser cette caractérisation. Un lien spécialisé a des caractéristiques assez similaires dans une diversité de contextes. Un lien faible et donc un lien spécialisé. En revanche, un lien spécifié est un lien construit pour durer et utilisable dans un contexte social particulier. Les notions de spécialisation et de spécification permettent d'introduire le contexte territorial dans les réseaux des entrepreneurs.

2.3.5 Les institutions locales, fondatrices du réseau territorial de l'entrepreneur

Les propos précédents décrivent l'imbrication des modes de construction des réseaux mais n'en donnent pas une dynamique dans laquelle l'acteur est placée. Il semble pertinent de gagner en précision à ce sujet.

Les entrepreneurs n'agissent pas dans tous les contextes productifs à égalité. Les contextes de proximité sont privilégiés pour faciliter les interactions. Un contexte territorial est lié à deux caractéristiques principales.

La première est la proximité géographique qui facilite les capacités physiques d'interaction entre les acteurs. Plus ces derniers sont proches, plus ils ont de facilités à se réunir et à interagir. Pour plusieurs grilles de proximité (Boschma, 2005 et Bouba-Olga et Grossetti, 2008), elle n'est pas obligatoire mais constitue un facteur potentiellement positif.

La deuxième proximité est la proximité institutionnelle. Cette dernière définit un espace physique privilégié d'action qui permet une diversité d'interactions. Cette diversité dépend des capacités plus importantes d'interaction. Les institutions se caractérisent par une étendue plus importante des réseaux (proximité médiation) combinée à des règles (proximité institutionnelle). Les institutions permettent de distinguer le contexte territorial d'autres contextes, que ces derniers soient territoriaux ou non.

Par ailleurs, Colletis et Pecqueur (2005 et 2018) ont souligné la limite du concept de capital social. La notion de capital ne permet pas de prendre en compte l'imprévisibilité des acteurs. De même, la notion de capital se réfère à des éléments économiquement valorisables, ce que n'est pas un ensemble de relations même sous la forme d'un carnet d'adresses.

En effet, elles ne le sont que si les acteurs acceptent de ne plus être un potentiel et nouent des relations. Sans cela, le capital social reste une ressource, c'est-à-dire un élément non inclus dans un processus productif. De même, les auteurs notent que le capital social n'est pas appropriable de manière générale. Colletis et Pecqueur (2018) préfèrent la notion de patrimoine territorial pour bien signifier que l'importance des relations n'est pas dans leur accumulation mais dans l'accumulation des possibilités d'interaction.

Les auteurs parlent, à ce sujet, de plasticité du territoire pour la capacité qu'ont les acteurs à interagir, notamment en de nouvelles circonstances. La notion de capital social décrit un contenu attendu. Colletis et Pecqueur notent qu'il est plus important de s'intéresser à la facilité d'interagir avec les autres.

La notion de dynamique patrimoniale permet de remplacer les notions de liens forts et de liens faibles au bénéfice d'un ensemble d'actions collectives permettant de connecter les acteurs de la manière la plus riche et la plus possible. Ces actions sont notoirement impulsées par les institutions. La dynamique patrimoniale est assimilable à celle de développement endogène

c'est à dire de mobilisation des ressources de toutes natures dans un périmètre stable. Comme noté précédemment, la combinaison de ces ressources peut être d'une très grande diversité.

3 Terrain d'étude et données

3.1 Méthode et données mobilisées

La méthodologie utilisée est celle de l'étude de cas. Le présent article a un caractère exploratoire tant sur les éléments théoriques qu'empiriques. De plus, il est basé sur une diversité de données qui sont présentées ci-après.

L'analyse porte sur une diversité de données. La première source est l'ensemble des documents administratifs déposés par le SPL. Plus précisément, il s'agit des dossiers de réponse à deux politiques publiques (ADAPT-7, Union Européenne et SPL, Gouvernement français). Les documents ont été consultés à l'été 2016 et en mars 2017.

Ils se trouvaient aux archives Nationales (Pierrefitte-sur-Seine, archives de la DATAR), Aveyronnaises (Rodez, archives du Conseil Général) et Toulousaines (Toulouse, archives du SGAR). Ces écrits permettent de tracer les décisions collectives prises pour initier les actions d'interaction entre les acteurs locaux en vue de l'identification d'opportunités.

La deuxième source d'informations est liée à une étude de la presse nationale et régionale, particulièrement au sujet des rencontres d'affaires de la Mecanic Vallée. Il s'agit de savoir en quoi les premières facilitent la création de contacts. Ce sont essentiellement des articles issus de La Dépêche du Midi qui ont été exploités ; ce journal étant la référence de la zone géographique étudiée.

Ce choix documentaire est expliqué par la difficulté à exploiter les rencontres d'affaires présentées ci-après. Ce rendez-vous ne peut donner lieu à des échanges nombreux et fournis avec les participants au seul motif que ces échanges gêneraient le bon fonctionnement de la journée et empêcheraient une prise de contacts entre les industriels.

Enfin, des entretiens sont mobilisés. Ils ont été réalisés au cours de plusieurs salons (brefs échanges) en 2015 (Figeac) et 2016 (Brive) – la ville où se tient le salon change chaque année. Plusieurs entretiens ont été réalisés, en octobre 2016 et mars 2017, avec un responsable de PME qui a accepté de parler des relations d'affaires. Par souci de confidentialité, aucune donnée permettant d'identifier les interlocuteurs ne sera fournie.

3.2 Brève présentation du SPL Mecanic Vallée

La Mecanic Vallée est un Système Productif Local (SPL) mis en place en 1999 par la Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Attractivité Régionale (DATAR) mais impulsé depuis 1997 par d'autres mesures publiques européennes.

Elle se situe au croisement des axes Limoges-Toulouse et Bordeaux-Clermont-Ferrand. Elle est répartie sur 5 départements limitrophes. Il s'agit d'une association loi 1901 ayant environ 200 adhérents de toutes natures (entreprises, établissements d'entreprises, collectivités locales, organismes de développement économique, organismes de formation, organismes de recherche).

Il est nécessaire de noter que les PME représentent la très grande partie du contingent des adhérents. Le dispositif SPL est dédié initialement à ce type d'acteurs jugé isolé et fragile. L'action collective est jugée utile pour leur croissance et leur viabilité.

L'intégralité des actions collectives du SPL ne sera pas étudiée. Elles prennent une grande diversité de formes : lobbying, représentation auprès des institutions locales, dynamisation de l'offre de formation, intermédiaire pour l'effort de recherche et développement, interlocuteur privilégié des Pôles de compétitivité, organisateur des relations interentreprises (rapport d'activités Mecanic Vallée, de 2000 à 2018).

Seul ce rôle d'organisateur des relations interentreprises sera étudié sous la forme des rencontres annuelles d'affaires.

La Mecanic Vallée est adaptée à la figure de l'entrepreneur dans son acception la plus large. En effet, les rencontres d'affaires mises en œuvre permettent à des individus de tous statuts de construire des contacts pertinents pour eux-mêmes et les organisations pour lesquels ils travaillent.

3.3 Méthode d'identification des institutions locales

La présente proposition s'intéresse à la construction d'un projet territorial générant des interactions localisées permettant aux entrepreneurs de constituer un réseau local pertinent pour l'identification d'opportunités. Le réseau précède l'identification.

L'objectif est donc l'observation des interactions à l'origine de ce réseau. L'analyse passe par trois éléments :

- identifier un projet collectif visant à faciliter les interactions locales entre entrepreneurs en vue d'un développement endogène,
- démontrer que le projet local repose sur des institutions basées sur des règles et sur des médiations dynamisant les interactions locales,
- démontrer que les institutions permettent d'entretenir et de densifier les possibilités d'interactions locales.

4 Résultats

L'objectif de cette partie est de souligner l'influence de l'histoire locale sur la construction de l'action collective. La spécificité est étudiée grâce aux institutions (règles et médiation) mises en œuvre. Enfin, l'apport de ces institutions aux contacts locaux est souligné.

4.1 L'identification du besoin d'un cadre d'interaction collectif

En 1997, l'Union Européenne mit en place la politique de développement local ADAPT-7. Son objectif est de dynamiser les interactions locales en faveur de l'emploi et du développement du tissu productif des territoires rencontrant des difficultés économiques majeures (dossier de présentation du SGAR, 1997).

Le département du Lot (région Occitanie, France) dépose un dossier pour obtenir des fonds de la politique ADAPT-7. Dans le dossier de candidature déposé par l'Agence Lotoise de Développement (ALD par la suite), le constat local sur l'entrepreneuriat est clair. Les entreprises sont très isolées, elles se méconnaissent et ne cherchent pas particulièrement à interagir.

Un chef d'entreprise interrogé (entretien, juin 2012) confirme cet isolement délibéré par une gestion très personnelle des dirigeants locaux de PME. ALD note que cette situation porte atteinte à la compétitivité des entreprises locales, quelle que soit leur taille.

L'absence d'un tissu local structuré de sous-traitants empêche les majors locales d'être réactives (ALD, 1997). Parallèlement, cette absence engendre des coûts de contrôle très élevés. Les prestations de sous-traitance sont réalisées à l'extérieur du territoire. L'assurance d'une qualité irréprochable des produits ne peut se faire qu'au prix d'un contrôle qui requiert beaucoup de temps et de moyens, qui plus est, s'il doit être réalisé à distance.

Parallèlement, les petites entreprises ne disposent pas de la visibilité pour répondre aux appels d'offres des donneurs d'ordres locaux. Elles font donc face à un problème de croissance et de masse critique. Par ailleurs, elles ne maîtrisent que peu les compétences technologiques pertinentes pour monter en gamme.

4.2 La mise en œuvre d'un médiateur entre les entrepreneurs

Les décideurs notent que seule l'ALD et, plus généralement, les pouvoirs publics et des collectivités locales, peuvent mettre en œuvre une logique d'impulsion de création de réseaux locaux (dossier ALD, 1997). L'objectif est de mobiliser les intérêts communs des industriels afin de mettre en œuvre des partenariats et des actions collectives (dossier ALD, 1997).

Les décideurs s'appuient pleinement sur les capacités locales afin de conférer à l'ALD « un appui supplémentaire à leur développement » (ALD, 1997). Cet appui réside sur « une ingénierie de réseaux et de partenariats » grâce à la cellule légère d'animation économique ainsi créée (ALD, 1997).

En 1999, la politique ADAPT-7 s'arrête, après épuisement des crédits. Elle est aussitôt remplacée par la politique des Systèmes Productifs Locaux mise en œuvre par la DATAR.

La Mecanic Vallée dépose un dossier. Celui-ci repose sur la fusion de trois initiatives locales de développement : celle du Lot, présentée ci-dessus, une en Aveyron (développement des relations technologiques locales, ADAPT-7 elle-aussi) et une dernière en Corrèze (reconversion des salariés d'une usine d'armement restructurée, fonds français FRED).

Le SPL capitalise sur les trois initiatives menées ainsi que les logiques industrielles locales qu'elles ont permis d'identifier. Le SPL cherche à développer les réseaux notamment entre les sous-traitants et les donneurs d'ordres. Il s'agit de pleinement exploiter le potentiel du marché de la mécanique et des secteurs afférents notamment l'aéronautique.

Le SPL s'appuie pleinement sur « le pouvoir d'entraînement des grandes entreprises » locales (dossier SPL, 1999). Elles agissent comme une « locomotive » du tissu économique local. Pour mener à bien cette action, le dossier du SPL note qu'« une connaissance approfondie des ressources existantes est indispensable pour favoriser la cohésion et le développement des entreprises de la Mecanic Valley » (dossier SPL, 1999).

Les ressources que génèrent ces secteurs en développement pourraient bénéficier au tissu local. Toutefois, les réseaux recherchés ont une autre mission : limiter le caractère mono industriel

des productions. Le Lot est orienté vers l'aéronautique, la Corrèze vers l'armement et l'Aveyron dans l'automobile (dossier SPL, 1999).

De même, il s'agit de mettre en œuvre une diversification pour éviter que des sous-traitants soient dépendants d'un seul donneur d'ordres. Il s'agit alors d'identifier les marchés inexplorés (dossier ALD pour le SPL, 2000 vraisemblablement).

4.3 L'émergence de règles d'action collectives pour définir le périmètre d'action

L'ALD va agir sur deux filières particulièrement structurantes pour le département du Lot : la filière des industries agro-alimentaires et la filière mécanique ; cette dernière étant largement rattachée à l'industrie aéronautique (Ratier-Figeac, Forest-Liné, Sermati en particulier). Ces choix sont liés au potentiel important de l'aéronautique, la filière disposant de résultats croissants. L'agroalimentaire est, elle-aussi, en bonne santé.

L'ALD fixe elle-même les entrepreneurs qui seront contactés. La stratégie mise en œuvre cherche l'efficacité au vu des moyens financiers et des filières identifiées. L'ALD visait 150 entreprises au total, grâce aux données sectorielles et aux statistiques locales. Néanmoins, la commission technique de sélection des dossiers de candidature a estimé que cette ambition était trop grande et a invité les décideurs locaux à réduire leur cible en la précisant.

En 1999, un prolongement de la mesure ADAPT-7 est ouvert. L'ALD candidate à ce prolongement. Elle cherche à poursuivre son travail et met comme mesure de ses avancées la construction du réseau local. Sa stratégie est d'activer les ressources relationnelles qu'elle a découvertes au travers de son diagnostic. Pour ce faire, elle va mettre en œuvre un ensemble de rencontres pour faire interagir les entreprises locales.

Son outil de suivi est le nombre d'entreprises ayant participé aux rencontres que l'ALD aura organisées. Par ailleurs, elle suivra avec attention l'évolution du portefeuille clients des entreprises identifiées (dossier ALD, 1999).

L'ALD cherche à optimiser les réseaux en insistant particulièrement sur les entreprises « ayant une évaluation approximative de leur activité » (dossier ALD, 2000). Il s'agit de développer leur gestion interne (contrôle de gestion notamment) et « de développer de nouveaux marchés encore inexplorés » (dossier ALD, 2000) entre autres locaux.

En 1999, le SPL n'opte pas pour une logique de spécialisation (« couple marché – produit ») mais pour une approche plurisectorielle autour de technologies et de savoir-faire communs à plusieurs activités (dossier SPL, 1999).

Le SPL va se structurer en association en 2000. Il va limiter son champ d'action à trois départements : le Lot, l'Aveyron et la Corrèze. En 2010, il étendra ce champ vers les départements du Cantal, de la Creuse, de la Haute-Vienne et de la Dordogne au vu du nombre d'entreprises intéressées par une action collective et implantées dans ces zones.

L'association va instaurer des règles pour adhérer. Outre l'implantation dans le périmètre indiqué ci-avant, les entreprises devront agir dans un domaine mécanique, particulièrement dans l'aéronautique, l'armement, l'automobile ou la machine-outil. Les demandes d'adhésion sont validées par le comité directeur de l'association.

Ce dernier prend soin de privilégier les activités industrielles ou d'ingénierie, en excluant les services aux entreprises (entretien avec un dirigeant d'entreprise, octobre 2015).

4.4 La mise en œuvre d'une proximité de médiation : les rencontres d'affaires

La qualité d'institution (intermédiaire et définisseur de règles) va se transformer en une action emblématique de la dynamique de développement endogène en faveur de l'identification des opportunités.

Les rencontres d'affaires sont mises en œuvre par le SPL en 1998. L'objectif est de réunir les adhérents au sein d'un même lieu, durant une journée, afin de développer leurs échanges. La Mecanic Vallée rassemble les ressources qu'elle a identifiées.

Les entrepreneurs représentent les adhérents et peuvent être leurs dirigeants et/ou des salariés, particulièrement les commerciaux et chargés d'affaires. Ils déterminent le contenu de leurs rencontres, tant en termes d'interlocuteurs que de contenus des échanges. Ces acteurs peuvent prendre des rendez-vous préprogrammés ou les organiser sur le salon, dans le stand dont dispose chaque adhérent.

Les interactions locales sont en constante augmentation au vu du nombre d'adhérents (passé de quelques dizaines en 2000 à environ 200 aujourd'hui), le nombre de rendez-vous préprogrammés (qui ont été à peu près décuplés depuis 2000) et le nombre de participants aux rencontres d'affaires.

L'objectif des rencontres est de dynamiser les relations d'affaires et de sous-traitance. Il s'agit de nouer des contrats mais aussi « d'anticiper les besoins et répondre à la demande » (La Dépêche du Midi, 05 octobre 2018). Le Délégué Général du SPL note que ce n'est pas au cours des rencontres que les contrats sont signés (La Dépêche du Midi, 29 octobre 2015). Ce que confirme un dirigeant de PME qui indique que les contrats sont « signés beaucoup plus tard » (entretien, octobre 2016).

Plus précisément, les rencontres facilitent la perception de signaux sur les tendances du marché. Elles permettent de « profiter de la dynamique de cette journée grâce à la veille industrielle, aux informations du réseau local » (La Dépêche du Midi, 20 septembre 2015). Néanmoins, les rencontres favorisent la signature des contrats. Le Délégué Général évalue à deux le nombre de contrats signés en moyenne par entreprise présente (La Dépêche du Midi, 21 septembre 2017).

Les rencontres sont au centre des réseaux. Le réseau Internet « ne vaut pas les rencontres » note le Délégué Général du SPL (La Dépêche du Midi, 29 septembre 2016). Un dirigeant de PME pointe le besoin pour le client de mettre un visage sur une société (entretien, octobre 2016). Pour ce faire, des interactions humaines sont nécessaires et facilitées par la proximité géographique qui facilite les interactions (entretien, octobre 2016).

Ces interactions sont d'autant plus importantes qu'il n'existe aucune grille uniforme permettant de détecter les savoir-faire des entreprises. En conséquence, l'échange en face-à-face permet d'avoir accès à des ressources d'informations (entretien, mars 2017).

Un dirigeant de PME met en valeur que « nous ne venons pas chercher des clients mais entretenir notre réseau, voir nos fournisseurs et profiter de la dynamique de cette journée grâce à la veille industrielle, aux informations du réseau local » (La Dépêche du Midi, 20 septembre 2015). Les rencontres sont dédiées à la construction de relationnel (entretien, octobre 2016). L'objectif est de « montrer qu'on existe » (entretien, octobre 2016).

L'apport de la Mecanic Vallée est de donner une visibilité vis-à-vis des entreprises locales. La Mecanic Vallée met les entrepreneurs « dans la course » (dirigeant de PME, La Dépêche du Midi, 1^{er} octobre 2012 ; La Dépêche du Midi, 03 octobre 2014).

La Mecanic Vallée est un moment de rencontre unique par les caractéristiques géographiques et productives des entreprises rassemblées. Cette combinaison de caractéristiques permet de rendre le réseau prévisible. À ce propos, un entrepreneur explique que les rencontres permettent de réactiver des contacts, notamment après des départs à la retraite (entretien, mars 2017).

Parallèlement, elles sont une occasion particulière pour étoffer le réseau notamment par le biais de liens faibles qui sont activés de manière privilégiée à cette occasion.

5 Discussion

L'objectif était de démontrer que les institutions territoriales sont structurantes dans la création de contacts entre entrepreneurs. Les réseaux sont créés grâce à l'étendue de la capacité de mise en réseau des acteurs mais aussi de règles collectives d'accès à ces réseaux et de leur utilisation. Ces règles permettent notamment la prévisibilité des interactions et des échanges. Colletis et Pecqueur (2018) notent que cette prévisibilité est plus importante que la notion de capital social.

Le territoire constitue, en ce cas, un espace privilégié d'interactions pour l'ensemble des entrepreneurs. L'objectif des institutions est d'initier et de maintenir une dynamique de développement endogène qui fait des acteurs locaux une ressource à mobiliser de manière régulière pour l'entretenir et la recombinaison.

Cet article complète les conclusions concernant les réseaux personnels territoriaux des entrepreneurs. Ces derniers sont inscrits dans la continuité de vie des entrepreneurs. Dans le cas présent, ils sont générés de manière décollée et collective.

La dynamique patrimoniale mise en œuvre est une action collective privilégiant l'utilisation des ressources humaines et d'action du territoire. Elle laisse la pleine possibilité aux acteurs réunis de combiner les ressources de la manière dont ils le souhaitent. Cette liberté est initiée par la libre capacité des entrepreneurs à construire des réseaux et des contacts.

L'importance n'est pas de capitaliser mais bien de brasser, d'intégrer, de faire interagir ce qu'un entrepreneur ne peut faire que plus difficilement de manière isolée. Il est pertinent de mettre en œuvre des interactions qui facilitent l'action collective mais laissent de large de manœuvre aux acteurs pour qu'ils puissent construire leurs réseaux

Au sein de la Mecanic Vallée, la pertinence du lien social a été mise en exergue en 2008 et 2009. Cette période a été fortement marquée par la crise économique, particulièrement dans le secteur aéronautique. Localement, cette crise a engendré un regain d'intérêt pour les entrepreneurs qui ont pensé trouver des solutions collectives locales.

Aussi, la fréquentation de l'association (adhérents) et des rencontres d'affaires (nombre de participants) a été décuplée, démontrant l'importance du réseau local dans la situation de crise économique et la recherche de solutions locales.

Une perspective de recherche est de savoir comment le réseau constitué a été activé dans le cadre d'identification d'opportunités. L'intérêt serait de savoir si tous les acteurs réunis ont le même rôle, la même influence dans le réseau activé.

6 Implications et limites

La première limite de la présente analyse est que la participation aux rencontres et, in fine, l'adhésion à l'association, constituent des données. Or, cette adhésion peut être observée elle-même comme une opportunité avec des perspectives de profits pour les entrepreneurs. L'opportunité d'adhésion au réseau semble être une perspective intéressante de recherche au vu du changement régulier des adhérents et des participants aux rencontres d'affaires.

Une piste intéressante de recherche est liée aux carnets de commandes des entreprises. Ces dernières sont généralement des petites et moyennes entreprises. Leur stratégie est caractérisée par une croissance relativement faible du carnet de commandes qui reste à un niveau stable dans le temps. Il est possible que les fluctuations d'adhésions soient liées à cette stabilité et rendent inutile, du moins temporairement, la présence dans le réseau local.

De même, les résultats économiques (en termes de chiffre d'affaires et de profits) ne sont connus par personne. Si le nombre de contrats permis par la participation aux rencontres semble appréciable, il est à noter que le volume monétaire de ces contrats peut-être faible. À ce sujet, les rencontres sont plutôt l'occasion de tester un entrepreneur en lui confiant des missions à petit volume d'affaires pour le tester (entretien, octobre 2016).

Parallèlement, les rendez-vous préprogrammés, dont le contenu est secret, peuvent rassembler les mêmes entrepreneurs et, finalement, plus figer le réseau que le brasser. Aussi, les rencontres peuvent générer un effet de verrouillage du réseau.

La présente analyse ne prend pas en compte les stratégies des entrepreneurs à savoir des stratégies-prix ou hors-prix. Or, ces stratégies structurent les relations. À ce propos, l'entreprise Figeac-Aéro, ETI aéronautique locale indique clairement que sa stratégie est axée vers les prix. Les entrepreneurs locaux ne sont retenus sur les marchés que s'ils proposent des prestations

attractives. À contrario, l'entreprise Ratier, systémier aéronautique, s'appuie beaucoup plus sur un réseau d'entreprises intégrant des contenus technologiques importants.

La proximité géographique prise en compte dans cette étude est temporaire, elle ne se fait que sur un laps de temps court. Or, le SPL utilise cette stratégie pour élargir ses capacités d'interactions. C'est notamment le cas dans des salons professionnels extérieurs au territoire de la Mecanic Vallée comme, par exemple, le SIANE à Toulouse, le salon Eurosatory en région parisienne.

L'implication principale de cette proposition est la nécessité des territoires à se définir et à construire un lieu privilégié d'interactions entre les acteurs qu'ils réunissent. Ce travail est un travail de prospective pour identifier les points communs, à commencer par les intérêts communs. Ces derniers font émerger une simplification de l'action commune. Par ailleurs, les territoires ont besoin d'adapter des instruments de mise en relation des acteurs.

Ceci signifie que des dispositifs extérieurs peuvent être repris mais il semble pertinent de les adapter aux attentes des acteurs. Ces dernières peuvent être amplement identifiées par le biais de groupes de parole destinés à la construction de diagnostics territoriaux. Des cadres de mobilisation communs réguliers et pérennes semblent impératifs pour impulser une action et une histoire communes. Enfin, le cadre territorial permet de construire une action qui privilégie les acteurs locaux et facilite leur travail de réseautage. À ce titre, les réseaux BNI mis en œuvre partout sur le territoire constituent un exemple d'autres réseaux territoriaux.

7 Bibliographie

Arenius P. et De Clercq D. (2004). A network-based approach on opportunity recognition. Vlerick.

Asselineau A., Albert-Cromarias A. et Ditter J.-G. (2014). « L'écosystème local, ressource clé du développement d'une entreprise », *Entreprendre & Innover*, n° 23, p. 59-70.

Baron R. A. et Ensley M. D. (2006). « Opportunity Recognition as the Detection of Meaningful

Patterns : Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs», *Management Science*, 52, n°9, p. 1331-1344.

Barthe J. F., Beslay C. et Grossetti M. (2008). « Choix de localisation et mobilisation des ressources dans la création d'entreprises innovantes », *Géographie Économie Société*, 10, n° 1, p. 43-60.

Bhagavatula S. et al. (2010). « How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry », *Journal of Business Venturing*, 25, n° 3, p. 245-260.

Bidart C., Degenne A. et Grossetti M. (2011). *La vie en réseau : dynamique des relations sociales*. Paris: Presses Universitaires de France.

Boschma R. (2005). « Proximity and Innovation : A Critical Assessment », *Regional studies*, n° 39(February), p. 61-74.

Boschma R. (2015). « Do spinoffdynamics or agglomeration externalities drive industry clustering? A reappraisal of Steven Klepper's work », *Industrial and Corporate Change*, 24, n° 4, p. 859-873.

Bouba-Olga O. et Grossetti M. (2008). « Socio-économie de proximité », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, octobre(3), p. 311-328.

Bousquet F. (2014). *L'influence du lien personnel entre l'entrepreneur et le territoire sur l'ancrage territorial des PME*. Université de Bordeaux.

Chabaud D. et Messeghem K. (2010). « Le paradigme de l'opportunité », *Revue française de gestion*, n° 7, p. 93-112.

Chabaud D. et Ngijol J. (2004). La reconnaissance des opportunités de marché par l'entrepreneur : faut-il changer de perspective ?

Chabaud D. et Ngijol J. (2005). « La contribution de la théorie des réseaux sociaux à la reconnaissance », *Revue Internationale P.M.E.*, 18, n° 1, p. 29-46.

Colletis G. et Pecqueur B. (2005). « Révélation de ressources spécifiques et coordination située », *Revue Économie et Institution*, n° 6-7(2005/1-2), p. 1-16.

Colletis G. et Pecqueur B. (2018). « Révélation des ressources spécifiques territoriales et inégalités de développement : le rôle de la proximité géographique », *Revue d'Économie Régionale & urbaine*, n° 2018/5, p. 993-1011.

Cusmano L., Morrison A. et Pandolfo E. (2014). « Spin-offand clustering: A return to the Marshallian district », *Cambridge Journal of Economics*, 39, n° 1, p. 49-66.

Davidsson P. et Honig B. (2003). « The role of social and human capital among nascent

- entrepreneurs », *Journal of Business Venturing*, 18, n° 3, p. 3011-331.
- Degeorge J.-M. et Magakian J.-L. (2013). « Vision et opportunité entrepreneuriale : une relation au travers du processus d'idéation ? », *Gestion 2000*, n° 30, p. 123-140.
- Dejardin M. (2006). « L'entrepreneuriat, le territoire et les conditions de leurs dynamiques cumulatives », *Revue d'Économie Régionale & urbaine*, (2006/2), p. 185-201.
- Dejardin, M. (2010). « La création d'entreprises et ses rapports au territoire », *Canadian Journal of Regional Science*, n° 33, p. 59-72.
- Filippi M., Wallet F. et Polge E. (2018). « L'école de la proximité : naissance et évolution d'une communauté de connaissance », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n° 2018/5, p. 939-966.
- Garzoun L. et Haddad S. (2016). « Rôle du réseau personnel dans l'identification et l'exploitation d'opportunités d'affaires », *Management International*, 21, n° 1, p. 58-71.
- Guillaume R. (2008). « La construction d'une identité territoriale : l'exemple de Mecanic Vallée (Lot et Aveyron) », *Hermès La Revue*, n° 50, p. 47-53.
- Kirzner I. M. (1999). « Creativity and/or Altermess: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur », *Review of Austrian Economics*, n° 11, p. 5-17.
- Klepper S. et Sleeper S. (2005). « Entry by Spinoffs », *Management Science*, 51, n° 8, p. 1291-1306.
- Laviolette E.-M. et Everaere-Roussel C. (2008). « L'essaimage en PME : une forme originale de développement par excroissance », *Marché et organisations*, 6, n° 1, p. 99-117.
- Mejri I. et Ramadan M. (2016). « Capital social, connaissances et identification d'opportunités entrepreneuriales dans un processus d'internationalisation : cas de la Tunisie », *Marché et organisations*, n° 26, p. 189-218.
- Mejri I. et Ramadan M. (2017). « Internationalisation des PME technologiques dans une économie en transition : le rôle des réseaux sociaux et d'affaires », *Marché et organisation*, n° 28, p. 59-79.
- Ngijol J. (2015). « Israel M. Kirzner : les opportunités au cœur de la dynamique entrepreneuriale », *Revue de l'entrepreneuriat*, 14, n° 4, p. 99-115.
- Ozgen E. et Baron R. A. (2007). « Social sources of information in opportunity recognition : Effects of mentors, industry networks, and professional forums », *Journal of Business Venturing*, n° 22, p. 174-192.
- Pecqueur B. (2018). « Éloge de la proximité géographique en économie », in *Renouveler la géographie économique*. Anthropos. Paris: Economica, p. 21-30.

- Plociniczak S. (2003). « La construction sociale du marché des très petites entreprises Des réseaux sociaux au capital social local des entrepreneurs L'exemple de l'arrondissement lensois », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, n° 2003/3, p. 441-476.
- Rallet A. et Torre A. (2004). « Proximité et localisation », *Économie Rurale*, 280, n° 1, p. 25-41.
- Reix F. (2008). « L'ancrage territorial des créateurs d'entreprises aquitains: Entre encastrement relationnel et attachement symbolique », *Géographie Économie Société*, 10, n° 1, p. 29-41.
- Slotte-Kock S. et Coviello N. (2010). « Entrepreneurship Research on Network Processes: A Review and Ways Forward », *Entrepreneurship Theory & Practice*, 34, n° 1, p. 31-57.
- Torres O. (2004). « The sme concept of Pierre-André Julien: an analysis in terms of proximity », *Small business*, n° 2, p. 1-12.
- Torrès O. (2008). « Incidence de la loi proxémique sur la perception de l'incertitude des PME », *Revue internationale P.M.E.*, 1, n° 21, p. 93-117.
- Torrès O. (2011). « Proxémies financières des PME. Les effets collatéraux de la financiarisation des banques », *Revue française de gestion*, n° 37, p. 189-204.
- Torrès O. (2015). « Petitesse des entreprises et grossissement des effets de proximité », *Revue Française de Gestion*, 41, n° 253, p. 333-352.
- Tremblay M. (2010). *Identification collective d'opportunités entrepreneuriale : une étude exploratoire*. Université du Québec à Trois-Rivières.
- Tremblay M. et Carrier, C. (2006). « Développement de la recherche sur l'identification collective d'opportunités d'affaires : assises et perspectives », *Revue de l'entrepreneuriat*, 5, n° 2, p. 69-88.
- Verstraete T. et Fayolle A. (2005). « Paradigmes et entrepreneuriat », *Revue de l'entrepreneuriat*, n° 4, p. 33-52.